

Міністерство освіти і науки України
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АВТОМОБІЛЬНО-ДОРОЖНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ

(м. Харків, Україна)

УНІВЕРСИТЕТ МИКОЛАСА РОМЕРИСА

(м. Вільнюс, Литва)

МІДЛСЕКСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ

(м. Лондон, Велика Британія)

РИЗЬКИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

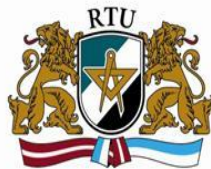
(м. Рига, Латвія)

УНІВЕРСИТЕТ ФІНАНСІВ І СТРАХУВАННЯ

(м. Софія, Болгарія)

АКАДЕМІЧНЕ ТОВАРИСТВО МІХАЛА БАЛУДЯНСЬКОГО

(м. Кошице, Словаччина)



МАТЕРІАЛИ

XV Міжнародної наукової конференції
здобувачів вищої освіти

**«ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ
ПІДПРИЄМСТВА: ПОГЛЯД МОЛОДІ»**

07 квітня 2022 р.

Харків
2022

У збірнику представлено матеріали XV Міжнародної наукової конференції здобувачів вищої освіти «Проблеми розвитку економіки підприємства: погляд молоді».

Матеріали подано у авторській редакції. Редакційна колегія може не поділяти думок авторів. За достовірність даних відповідальність несуть автори.

Матеріали призначено для користування широкого кола зацікавлених осіб – науковцями, викладачами закладів вищої освіти, працівниками органів державної влади, підприємствами, здобувачами вищої освіти тощо.

Друкується за рішенням
Ради факультету управління та бізнесу ХНАДУ
протокол № 2 від 14 березня 2022 р.

Редакційна колегія:

Голова:

Богомолів Віктор Олександрович – ректор ХНАДУ, доктор технічних наук, професор, Заслужений діяч науки і техніки України, лауреат Державної премії України в галузі науки і техніки

Заступники Голови

Дмитрієв Ілля Андрійович – проректор з наукової роботи ХНАДУ, доктор економічних наук, професор, Заслужений діяч науки і техніки України;

Шевченко Інна Юріївна – декан факультету управління та бізнесу ХНАДУ, доктор економічних наук, доцент.

Члени оргкомітету:

Дмитрієва Оксана Іллівна, д.е.н., доцент, завідувач кафедри економіки і підприємництва ХНАДУ;

Шинкаренко Володимир Григорович, д.е.н., професор, Заслужений діяч науки і техніки України, заступник завідувача кафедри менеджменту ХНАДУ;

Криворучко Оксана Миколаївна, д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту ХНАДУ;

Ковальова Тетяна Володимирівна, к.е.н., доцент, завідувач кафедри обліку та оподаткування ХНАДУ;

Ротомськіс Ірмантас, д.е.н., професор, заступник декана факультету економіки і управління фінансами Університету Миколаса Ромериса (Литва);

Картасова Єкатерина, PhD, доцент кафедри обліку та фінансів Університету Мідлсекса (Велика Британія);

Лаце аталія., д.е.н., професор, завідувач кафедри корпоративних фінансів та економіки Ризького технічного університету (Латвія);

Брітченко Ігор Геннадійович, д.е.н., професор, професор Університету страхування та фінансів, (Болгарія);

Вархола Міхал, д.пед.н., професор, академік Міжнародної академії педагогічних наук, президент Академічного товариства Міхала Балудянського (Словаччина);

Нестеренко Валентина Юріївна, к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки і підприємництва ХНАДУ, відповідальний секретар.

Проблеми розвитку економіки підприємства: погляд молоді:
Матеріали XV Міжнародної наукової конференції здобувачів вищої освіти (м. Харків, 07 квітня 2022 року). - Х.: ХНАДУ. - 2022. - 252 с.

© Колектив авторів,
2022

ЗМІСТ

Секція 1. ЕКОНОМІКО-ПРАВОВІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН

<i>Аліпова Д.О.</i> Дійсний сенс економіки ксенофонтаю.....	9
<i>Кисіль В.В.</i> Особливості страхування ризиків дорожньо – будівельних робіт.....	10
<i>Коваленко В.Д.</i> Цифрові технології як високодисвий інструмент розвитку економіки.....	12
<i>Колеснік Е.В.</i> Підприємницька або соціальна економіка: постановка і вирішення проблеми.....	13
<i>Плахтій А.О.</i> Ще про споживчу вартість.....	14
<i>Сафронова Д.В.</i> Сучасна роль господарської діяльності до античності.....	16
<i>Цзоу Ш., Юлдашов Р.</i> Вплив соціального спрямування видатків бюджету на рівень споживання населення.....	18
<i>Чупета Д. О.</i> Екологічні проблеми суспільства.....	20

Секція 2. РОЗВИТОК ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ ТА КАРАНТИННИХ ОБМЕЖЕНЬ

<i>Аліпова Д.О.</i> Туристичний потенціал Харкова (довоєнний період).....	22
<i>Арунашвілі Є.Г.</i> Транспортний шум як фактор деструкції людського капіталу у містах.....	24
<i>Безпала В.Д.</i> Управління маркетингової діяльністю в умовах здійснення зовнішньоекономічної діяльності.....	26
<i>Білоконь Є.Р., Хоруженко О.С.</i> Вплив COVID-19 на сектори економіки в цілому та сільськогосподарську промисловість зокрема: погляд Euler Hermes.....	27
<i>Демиденко А. В.</i> Вплив цифрової економіки на ринок праці.....	29
<i>Довгопол О.Ю.</i> Визначення місця і ролі інфляції в економіці України.....	30
<i>Дяченко Л.А., Сидор О.К.</i> Роль емоційного інтелекту у професійній адаптації молоді в сучасних умовах.....	32
<i>Костяниця Д.О., Шулепова А.Г.</i> Розвиток інтернет комерції банківських продуктів в період пандемії.....	34
<i>Лівенцова Я.</i> Використання інформаційних та комп'ютерних технологій для автоматизації бізнесу.....	36
<i>Логвиненко В.І., Сімоненко К.Є.</i> Формування механізму управління інноваційною діяльністю підприємства.....	37
<i>Пронін А.Д.</i> протекціонізм сільськогосподарської промисловості України: реалії 2022.....	39
<i>Чупета Д.О.</i> Конкурентоспроможність та стабільний соціальний розвиток в Україні.....	41
<i>Шмирьов М.С.</i> Гендерний підхід в комерційній діяльності підприємств	

України.....	43
<i>Mustafayeva Gülnar Elton qızı Təhsil sahəsinə pandemiyanın təsiri.....</i>	44
<i>Nəsimova Günay Namiq qızı Tikinti sənayesində polimer materiallardan istifadənin təhlükəsizliyinin qiymətləndirilməsi.....</i>	46

Секція 3. ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ФАКТОР ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

<i>Yaroshenko B. Human resource as a factor in the successful development of the national economy.....</i>	49
<i>Ананенко А. С. Зміст плану матеріально-технічного постачання та організація його виконання.....</i>	50
<i>Ананенко А.С. Сутність криптовалюти та історія її виникнення.....</i>	52
<i>Довгопол О.Ю. Перспективи виробництва біогазу в Україні.....</i>	53
<i>Іванов Є.В. Інформаційне забезпечення системи управлінських рішень.....</i>	55
<i>Ізотова Ю.Р. Можливості, загрози та головні складності цифрової трансформації.....</i>	57
<i>Кайрат Д. Теоретические аспекты формирования производственной программы в рыночных условиях.....</i>	58
<i>Купновицька К.В., Дяченко Л.А. Економічна поведінка молоді у контексті «теорії підприємництва».....</i>	64
<i>Пісклова Д. А. Статистичні методи в управлінні якістю продукції.....</i>	66
<i>Сафронова Д.В. Габаритна довжина міських автобусів великого класу як ключовий фактор їх продуктивності.....</i>	68
<i>Фараджов Н.Н. Основные направления формирования и развития системы финансирования малого и среднего предпринимательства.....</i>	70
<i>Фролова Ю.С. Сутність та особливості фондової біржі.....</i>	72
<i>Цема В.Є. Перевезення пасажирів у внутрішньоміському сполученні як основа пасажирських перевезень автомобільним транспортом в Україні.....</i>	73
<i>Чупета Д.О. Екологічна безпека в Україні.....</i>	74
<i>Щербанюк В.Л. Сучасний стан та роль бізнес-планування в Україні.....</i>	76
<i>Əliyeva Arzu Füzuli Sənaye müəssisələrinin idarə olunması.....</i>	78
<i>Abdullayev Əlirza Aqil oğlu, Məmmədov Saqib Yaşar oğlu Azərbaycanca qadın sahibkarlığının inkişafı istiqamətləri.....</i>	79
<i>İlyasov İlham Zəhid oğlu Peşə təhsili və təlimi azərbaycan iqtisadiyyatının inkişaf amillərindən biri kimi.....</i>	81
<i>Rüstənzadə Fəridə Loğman qızı Müəssisələrin dayanıqlı inkişafına təsir edən amillərin müəyyən edilməsi.....</i>	84
<i>Şükürov Xəyal Rasim oğlu Kiçik və orta sahibkarlığın davamlı inkişafında əlverişli biznes mühitinin rolu.....</i>	86
<i>Vəliyeva Xanımətər Qoca qızı, Xəlilova Xəyalə Qəmbər qızı İqtisadi inkişafda reklamin rolu.....</i>	89
<i>Абдраук Р.М. Қазақстан республикасында автомобиль жолдарын дамыту және оны қаржыландыру.....</i>	91
<i>Алмагамбетова С.Т., Дуйсенбай М.С., Естемесова А.М. Алматы қаласының экологиялық қауіпсіздігіне кәсіпорындар қызметінің әсері.....</i>	95

Секція 4. СВІТОВІ ІНТЕГРАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ ЯК ТЕНДЕНЦІЯ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

<i>Алиев С. Э. Развитие возобновляемой энергетики в Азербайджане.....</i>	<i>98</i>
<i>Алиева Г. К. Экологические проблемы заминированных территорий.....</i>	<i>100</i>
<i>Безпала В.Д. Екологічний менеджмент як інструмент механізму екологічного регулювання.....</i>	<i>101</i>
<i>Белятинська А.А. Вплив пандемії COVID-19 на світові морські перевезення.....</i>	<i>103</i>
<i>Белятинська А.А. Вплив аспекту ефективного спілкування на рівень бізнес-культури компаній в масштабі міжнародних економічних відносин.....</i>	<i>106</i>
<i>Довгопол О.Ю. Зарубіжний досвід виробництва біогазу.....</i>	<i>107</i>
<i>Донатус Мерісаксес Ліквідація росії як розплата за вторгнення до України: погляд молоді заходу.....</i>	<i>109</i>
<i>Ігнатенко В.Я. Іноземне інвестування як спонукаючий фактор розвитку туристичної галузі України.....</i>	<i>111</i>
<i>Лайсауї Уссама Війна в Україні та її вплив на держави ЄС: приклад Польщі.....</i>	<i>112</i>
<i>Пронін А.Д. Вплив воєнного стану в Україні на бізнес.....</i>	<i>113</i>
<i>Циганкова К.В., Чжан Ц. Іноземні інвестиції як засіб стимулювання економіки України.....</i>	<i>116</i>
<i>Насієв Рөвşән İlqar oğlu Blokçeyn texnologiyasi və tətbiqi zərurəti.....</i>	<i>118</i>
<i>Məmmədova Zəminə İlham qızı Azərbaycanın beynəlxalq təhsil məkanına integrasiyası: realiaqlar və perspektivlər.....</i>	<i>120</i>

Секція 5. ОБЛІК, АУДИТ І ОПОДАТКУВАННЯ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА

<i>Акимхан К.Е. Методология составления отчета о прибылях, убытках и совокупном доходе.....</i>	<i>123</i>
<i>Гришина В.В. Актуальні проблеми оцінки біологічних активів.....</i>	<i>129</i>
<i>Дорошенко М.М. Облік виробничих запасів: нормативно-правове забезпечення.....</i>	<i>131</i>
<i>Еркинбаева А.Н. Методология учета вознаграждений работникам.....</i>	<i>133</i>
<i>Єрньєй Р.Р. Підприємство не виплачує аванс на відрядження: вирішення ситуації.....</i>	<i>138</i>
<i>Івакін В.О. Податковий облік підприємств.....</i>	<i>140</i>
<i>Крись К.М. Проблеми вдосконалення механізмів прямого оподаткування в Україні на сучасному етапі.....</i>	<i>142</i>
<i>Кулікова К.М., Лівенцова Я.О. управлінський облік на підприємстві: організаційні аспекти впровадження.....</i>	<i>143</i>
<i>Лівенцова Я.О. Особливості бухгалтерського обліку на малих підприємствах в Україні.....</i>	<i>144</i>

<i>Мамедли В. А. Расширение налоговой базы по налогу на имущество в Азербайджане.....</i>	<i>146</i>
<i>Мошківський В.В. Основні напрямки покращення якості аудиту.....</i>	<i>148</i>
<i>Мошківський В.В. Особливості оподаткування заробітної праці в Україні.....</i>	<i>150</i>
<i>Разгоняев Г.В., Мошківський В.В. Інституційне забезпечення обліку власного капіталу в діючій системі оподаткування.....</i>	<i>152</i>
<i>Селезньова О.В. Актуальні проблеми обліку основних засобів.....</i>	<i>154</i>
<i>Слісаренко О.О. Інвентаризація, як елемент методу бухгалтерського обліку.....</i>	<i>156</i>
<i>Слісаренко О.О. Поняття та види фінансової звітності підприємства в Україні.....</i>	<i>158</i>
<i>Соколова І. К. Інформаційні системи і технології в обліку, аудиті та оподаткуванні.....</i>	<i>159</i>
<i>Шрамкова Н.А. Аналіз пропозицій щодо удосконалення обліку виробничих запасів на підприємстві.....</i>	<i>161</i>
<i>Əliyeva Ləman Cəfərqulu qızı, Əliyeva Təranə Əsman qızı Bazar iqtisadiyyatı şəraitində maliyyə fəaliyyətinin auditor yoxlamasının təşkili.....</i>	<i>163</i>
<i>Kərimova Mehriban Allahverən qızı Azərbaycanda audit sahibkarlıq fəaliyyətinin xüsusi bir növü kimi.....</i>	<i>165</i>
<i>Məmmədova Dürdanə Müzəffər qızı Dövlətin fiskal mexanizmlərinin mahiyyəti və iqtisadiyyatın tənzimlənməsində rolu.....</i>	<i>167</i>

Секція 6. УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ЕКОНОМІЧНИХ СУБ'ЄКТІВ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

<i>Yaroshenko Bogdana Changes in the working conditions in foreign markets for hr managers.....</i>	<i>170</i>
<i>Бук О.В. Основні напрямки поліпшення фінансової політики підприємства.....</i>	<i>171</i>
<i>Волкова С.О. Мотивація персоналу у світлі теорії поколінь.....</i>	<i>173</i>
<i>Гаврилюк М.Р., Якімова В.С. Токенизація як засіб забезпечення безпеки вихідних даних системи платежів.....</i>	<i>175</i>
<i>Герасименко Д.В. Мотиваційний моніторинг працівників автотранспортних підприємств.....</i>	<i>176</i>
<i>Глоба Є.О. Використання ресурсно-функціонального підходу до виділення складових безпеки підприємства.....</i>	<i>178</i>
<i>Зайченко М.О. Складові елементи логістичної стратегії.....</i>	<i>180</i>
<i>Колеснік Е.В. Формування інвестиційних ресурсів підприємства.....</i>	<i>181</i>
<i>Кранчатова В.С. Недолік сучасній концепції менеджменту і можливість його подолання.....</i>	<i>183</i>
<i>Мірошникова В.Д. Сутність поняття контроль.....</i>	<i>184</i>
<i>Молдакулова Н.М. Государственное регулирование и организация</i>	

инновационной деятельности в РК.....	187
Обозна М.Д. Функції управління витратами підприємства.....	194
Петрик А.В. Обґрунтування елементів стратегії розвитку трудового потенціалу України.....	196
Петрик А.В. Стратегічне управління розвитком трудового потенціалу: есенціальна характеристика.....	198
Пономаренко А.С. Сутність маркетингової політики комунікацій підприємства.....	200
Семенова Т.Ю. Дослідження сутності терміну «аутсорсинг підприємства».....	202
Сімоненко К.Є. Аналіз підходів до визначення поняття «мотивація».....	203
Стремоухов В.В. Сучасні тенденції у формуванні критеріїв відбору персоналу.....	205
Тихоненко О.С. Сутність внутрішньогосподарського контролю на АТП.....	207
Хавула Й.В. Сутність логістичного обслуговування споживачів підприємства.....	209
Цема В.Є. Використання методу кореляційно-регресійного аналізу для розрахунку цін на нову продукцію.....	211
Цема В.Є. Методи оцінки ефективності маркетингової діяльності підприємства.....	213
Чупета Д.О. Управління маркетингом для розвитку підприємства.....	215
Алмагамбетова Ш.Т., Абдраук Р., Штыбко В. Қазақстан республикасы көлік жүйесінің даму мәселелері.....	217
Канаев А.Б., Койчубаев А.Б. Қазақстан республикасында коммерциялық банктердің қаржылық тұрақтылығын қамтамасыз ету.....	218
Сұлтангазиев Н. Е. Қр-да инновациялық қызметті мемлекеттік реттеу және ұйымдастыру.....	224

Секція 7. АКТУАЛЬНІ АСПЕКТИ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У СФЕРІ ФІЗИЧНОГО ВИХОВАННЯ ТА СПОРТУ

Christosov Igor Prospects for the development of the economics of ukrainian sport.....	227
Анахіна І. О. Актуальні аспекти економічної діяльності у сфері фізичного виховання та спорту.....	228
Василенко О.С. Футбольні менеджери українського ринку.....	230
Даньшин М.Ю. Трансферу у футболі.....	231
Довгань Д.В. Професійний теніс в Україні.....	233
Жеведь А.В., Семенова Т.Ю. Дослідження змісту дій і робіт спортивного менеджера як підстави для визначення його компетенцій.....	235
Захарченко В.І. Особливості баскетбольного бізнесу.....	236

<i>Зубков Ю.О.</i> Можливості майбутніх фахівців фізичного виховання та спорту на ринку праці України.....	238
<i>Коваленко В.Д.</i> Розвиток фітнес-індустрії в Україні.....	239
<i>Козуля С.Ю.</i> Маркетинг фізичної культури в системі освіти.....	241
<i>Котляр А.Ю.</i> Розвиток ринку фітнес-індустрії.....	242
<i>Лісаченко Я.В.</i> Ринок праці спортсменів-професіоналів.....	244
<i>Мацуга С.В.</i> Футбольні агенти у спортивному бізнесі.....	245
<i>Рафальський О.Ю.</i> Економічні аспекти фізичної культури і спорту в Україні.....	247
<i>Сосновський М.О.</i> Фінансове забезпечення сфери фізичної культури та спорту.....	249

Секція 1

Економіко-правові засади розвитку суб'єктів економічних відносин

ДІЙСНИЙ СЕНС ЕКОНОМІКИ КСЕНОФОНТА

Аліпова Д.О.

*Науковий керівник: Бабайлов В.К. к. е. н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Історія економіки і економічній думки свідчить про еволюцію, зміну термінів, які відображають господарську діяльність. Важливішим кроком в цієї еволюції без сумніву є введення Ксенофонтом (430-354) терміну «Економіка». У 1615 році Антуан де Монкретьєн (1576-1621) вводить інший термін – «Політична економія». Пізніше у 1890-91 роках Альфред Маршалл (1842-1924) використовує ще один новий термін - «Економікс» [1-3]. Ці зміни відображають в основному реальні процеси змін характеру господарській діяльності. І дійсно Ксенофонт визначає терміном «Економіка» організацію окремого, приватного натурального (домашнього) господарства. Монкретьєн політичною економією позначає вже організацію господарства всієї країни, як державну організацію всього її господарства. Цим терміном він підкреслював значну, відому роль держави в організації господарства. Адам Сміт навпаки державі відводить другорядну роль у господарській діяльності, роль «нічного сторожа», тому виконує термін «Економіка», але на відміну від Ксенофонта розуміє вже її як організацію тільки вартості [4]. А. Маршалл теж був затятий противник державного втручання у господарську діяльність. Тому він пропонує замінити термін «Політична економія» на «Економікс». Він вважав, що господарська діяльність зобов'язана протікати поза політичного впливу, поза державного (політичного) втручання.

У даній доповіді автори намагаються визначити, уточнити сенс, який вкладав саме Ксенофонт у термін «Економіка», як автор першого терміну, яким він означав господарську діяльність. Автори вважають, що зараз сенс терміну «Економіка» Ксенофонта суттєво відрізняється від сучасного поняття «Економіка». Визначення цієї відмінності й стало метою даній доповіді.

У сучасній економічній літературі будь-яка економіка визначається як організація вартості. Це зовсім не визначає, що на таку економіку не впливають самі різні фактори: політичні, кліматичні, історичні, соціальні (в тому числі, й виробничі відносини) тощо. Але при цьому предметом економіки остається тільки вартість в будь-якої її формі.

Але Ксенофонт економіку визначав як організацію натурального (домашнього) господарства. Й тут необхідне звернути увагу на те, що будь-яке господарство обов'язково включає організацію технік (інструментів, споруд, будівель, механізмів, тощо). І будь-яке господарство неможливе без організації людей. Будь-яке господарство неможливе й без урахування вартості. Це

означає, що у будь-якому господарстві присутні відповідно: інженери, адміністратори, економісти; всі вони утворюють, складають менеджмент. До того ж ніяке господарство не можливе без робочих, – саме вони безпосередньо здійснюють виробництво; а менеджери тільки організують виробництво. А як відоме, єдність менеджменту і виробництва є управління [4]. Тобто, Ксенофонт економікою визначав сучасне управління. У цьому суттєва відмінність економіки Ксенофонта від її сучасного визначення.

Отже, результатами доповіді є такі висновки:

- економіка Ксенофонта – це: уся господарська діяльність, це управління, це сума інженерії, адміністрації, економіки (у сучасному її визначенні) і виробництва.

- сучасна економіка на відміну від економіки Ксенофонта розуміється лише як одно з чотирьох елементів змісту управління, або трьох складових менеджменту.

Автори сподіваються, що встановлення істинного, дійсного зв'язку економіки Ксенофонта і сучасній економіки дозволить глибше зрозуміти зв'язок і сенс таких ключових понять і явищ, якими без сумніву є господарська діяльність, управління, менеджмент, економіка, інженерія, адміністрація, виробництво. А це, у свою, чергу, суттєво підвищить ефективність будь-яких аспектів господарській діяльності й, перш за все, економіки.

Література:

1. Економічна думка античної Греції: веб-сайт. URL: https://pidru4niki.com/1298010860159/ekonomika/ekonomichna_dumka_antichnoyi_gretsiyi/ (дата обращения 23.02.2022).

2. Монкретьєн, Антуан де: веб-сайт. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%BE%D0%BD%D0%BA%D1%80%D0%B5%D1%82%D1%8C%D0%B5%D0%BD,%D0%90%D0%BD%D1%82%D1%83%D0%B0%D0%BD_%D0%B4%D0%B5/ (дата обращения 23.02.2022).

3. Економікс: веб-сайт. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%95%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D1%96%D0%BA%D1%81/> (дата обращения 23.02.2022).

4. Бабайлов В.К. Менеджмент. Наука и практика: учебник. Х.: ХНАДУ. 2015. 276 с.

ОСОБЛИВОСТІ СТРАХУВАННЯ РИЗИКІВ ДОРОЖНЬО - БУДІВЕЛЬНИХ РОБІТ

Кисіль В.В.

*Науковий керівник: Костенко Ю.О., к.т.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Дорожньо – будівельний комплекс є достатньо важливою галуззю національного господарства, адже від нього залежить ефективність функціонування транспортної системи країни. Дорожньо – будівельний

комплекс, безпосередньо пов'язаний з будівництвом, реконструкцією та капітальним ремонтом автомобільних доріг, що за визначенням Закону України «Про концесії на будівництво та експлуатацію автомобільних доріг» і є будівництвом автомобільних доріг [1].

Завдяки виконання Національної програми «Велике будівництво» за 2020-2021 рр. в Україні вдалося оновити й побудувати понад 14 тис. км автомобільних доріг. У 2022 р. ця програма розшириться проектами модернізації міжнародних пунктів пропуску. У 2021 р. на будівництво доріг було витрачено 260,9 млрд. грн.

Однак будівництво доріг супроводжується великою кількістю ризиків, що можуть завдати суттєвий матеріальний збиток суб'єктам будівництва: проектним організаціям, заводам-виробникам, постачальникам матеріалів та обладнання, дорожньо-будівельним підприємствам, банкам та іншим економічним суб'єктам, які вклали свій капітал у будівництво доріг. Одним з способів компенсації можливих фінансових втрат є страхування ризиків дорожньо - будівельних робіт.

Ризики, які виникають під час дорожньо-будівельних робіт можна класифікувати за наступними ознаками:

- 1) Залежно від об'єктів страхування:
 - майнові (майно дорожньо-будівельних організацій);
 - особові, тобто здоров'я й працездатність робітників дорожньо-будівельних організацій;
 - спричинення збитку (заподіяння шкоди) третім (фізичним і юридичним) особам внаслідок визначених подій або бездіяльності дорожньо-будівельних організацій.
- 2) Залежно від джерела небезпеки або за своїм походженням:
 - природні - пов'язані з впливом стихійних сил природи (землетруси, повені, град, паводки, бурі, урагани, осідання та зсуви ґрунту, підтоплення територій, ерозія площинна та яружна, льодоутворення, карсит та інші явища);
 - антропогенні - виникають внаслідок цілеспрямованого впливу людини в процесі присвоєння матеріальних благ (такі ризики, як крадіжка, пограбування та інші протиправні дії).
- 3) Залежно від складу основних та оборотних засобів:
 - машини та обладнання;
 - будівлі, споруди, передавальні пристрої.

Література:

1. Про концесії на будівництво та експлуатацію автомобільних доріг: Закон України від 14 грудня 1999 р. № 1286-XIV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1286-14#Text> (дата звернення: 05.02.2022).

ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ВИСОКОДІЄВИЙ ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ

Коваленко В.Д.

*Науковий керівник: Кирчата І.М., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Сьогодні все очевиднішим стає той факт, що розвиток сучасної економіки не в змозі відбуватися без нових глобальних фінансово-економічних та технологічних змін. Саме на розвиток та трансформаційні зміни в цифровій сфері покладаються як великі очікування (економічне зростання, поліпшення якості послуг, підвищення конкурентоспроможності та ін.), так і побоювання (скорочення робочих місць, посилення нерівності, зростання загроз інформаційній безпеці).

Перебуваючи під впливом глобальних фінансових, економічних та технологічних змін переважна більшість розвинених країн світу мають переваги для того, щоб підвищити як свою конкурентоспроможність, так і покращити якість життя населення, а тому для цього вони прагнуть використати різні інноваційні технології, у тому числі інформаційні, комунікаційні, передові виробничі, які передбачають здійснення переходу до нового етапу розвитку постіндустріальної економіки, а саме до цифрової економіки.

У таких непростих реаліях на перший план виходять такі компетенції організації, як швидкість реакції на зміни, здатність прогнозувати подальший розвиток галузі та йти на крок попереду ринку, а також здатність до нестандартних рішень та ініціатив.

Висококваліфіковані експерти у галузі інформаційних, цифрових та інтернет-технологій вважають, що сучасні технології – це високодієвий зручний інструмент, який допомагає заощаджувати час, покращувати свій бізнес та досягати максимального успіху.

Основним концептуальним напрямом процесу цифровізації економіки є створення ефективної взаємодії в економічній, технічній, соціальній, культурній та інших сферах, у якій головними чинниками є інформаційні дані, виражені у цифровому форматі, проте без узгодження інтересів усіх сторін, зацікавлених у розвитку цифрової економіки, та об'єднання національних та корпоративних структур, трудових та фінансових ресурсів, неможливо управляти розвитком цифрової економіки.

Крім того необхідно зробити певні кроки з метою обґрунтування способів використання цифрових методів в управлінському середовищі, а також підготувати інтелектуальні ресурси для забезпечення ефективного управління економічною та соціальною сферою в умовах цифровізації економічного середовища..

ПІДПРИЄМНИЦЬКА АБО СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА: ПОСТАНОВКА І ВИРІШЕННЯ ПРОБЛЕМИ

Колеснік Е.В.

*Науковий керівник: Бабайлов В.К. к. е. н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Поява проблеми визначення, вибору між підприємницькою і соціальною економікою (СЕ) пов'язана зі зростанням кількості поглядів про майбутній характер економіки, економіки постіндустріального суспільства. При цьому думки відомих економістів зосередилися в основному на двох альтернативах: одна точка зору вважає, що майбутня епоха – це підприємницька, інша – що це буде епоха панування СЕ. Метою доповіді є виклад думки відносно постановки і вирішення цієї проблеми. Автори доповіді вважають за необхідне, перш за все, ознайомити з джерелами цих двох альтернатив. Огляд літературних джерел свідчить, що витoki першої альтернативи зосередились в основному в [1], а витoki другої – в [2].

У [1] доведено, що майбутня, постіндустріальна епоха – це епоха підприємницької діяльності. В [1] підкреслюється, що тенденція виснаження природних ресурсів, що насувається, призведе до кардинальних зрушень у виробництві й його організації, – до усунення акценту з машинного виробництва на інноваційну, підприємницьку діяльність. Це буде епоха інтенсивної розробки, впровадження, використання не природних ресурсів (вони повністю зникнуть), це буде епоха розробки і впровадження нововведень та інновацій. Цей висновок зроблений на основі розробки майбутньої парадигми менеджменту, як наслідку кризи менеджменту, виробництва, наук и парадигм, пов'язаного зі світовою проблемою виснаження основних природних ресурсів планети.

Прихильники другої альтернативи основний акцент роблять на необхідності переходу до соціальної економіки [2]. Вже у двадцятому столітті соціальні економісти (Хайек, Ойкен, А. Мюллер-Армак і інші) прийшли до висновку, що для усунення проблем сучасного, Індустріального суспільства на будь-якому підприємстві і державному рівні на перше місце має висуватися соціальне; саме це підвищить ефективність не тільки соціальної, але і економічної діяльності. Тобто, на їх думку, економічне визначається соціальним на всіх рівнях СЕ: як на політичному (громадському) - на рівні держави, так і на виробничому - на рівні підприємства. Отже, саме соціальні фактори є основними в СЕ. Тому визначення таких факторів, причому нечисленних і реальних для використання у практиці, є пріоритетним, визначальним, головним. Й такі фактори вже визначені в [2] – це: порядок; свобода і відповідальність; право і мораль. Й, до речі, вони вже стають соціально-економічними факторами.

Автори доповіді вважають, що обидві точки зору, обидві альтернативи не можливо ігнорувати. Однак, істина не в їх протиставленні, а у знаходженні вірного зв'язку, їх місця відносно одне одного. Інакше може скластися думка

про необхідність заміни парадигми, глобальній стратегії майбутнього постіндустріального суспільства як парадигми підприємницького труда, яка розроблена у [1], на парадигму СЕ. А це зовсім непотрібний і помилковий шлях. Тому автори вважають, що тут не слід шукати протиставлення, протиріччя, тут необхідний пошук істинного зв'язку підприємництва і СЕ.

На думку авторів він полягає в наступному: СЕ необхідне не протиставляти підприємству, підприємницькій економіці, а визначати його як засіб підприємництва – підприємництва вищого ґатунку, вищого рівня.

Отриманий результат надає чіткий й вірний засіб для практики вирішення важливішої, стратегічній, глобальній проблемі сучасності. Він звільняє й від затрат часу і інших ресурсів на зайві і безплідні дискусії.

Література:

1. Бабайлов, В.К. Новая парадигма менеджмента / В. Бабайлов // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва: Збірник наукових праць харківського національного автомобільно-дорожнього університету. – №3(14), том 1 – 2016. – Харків: ХНАДУ, 2016 – С. 72 – 76.

2. Бабайлов, В.К. ВИЗНАЧЕННЯ ОСНОВНИХ АСПЕКТІВ СОЦІАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ: колективна монографія / За заг. ред. д.е.н., проф. Т. В. Полозової. Харків: ХНУРЕ, 2020. 448 с.

ЩЕ ПРО СПОЖИВЧУ ВАРТІСТЬ

Плахтій А.О.

*Науковий керівник: Бабайлов В.К., к. е. н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Історія економіки і економічній думки свідчить про наявність величезного прогресу у розумінні важливіших економічних явищ і відповідних понять й одночасно – величезних помилок, які існували на протязі цілих століть. Так, навіть з часів античності існували різні визначення споживчої вартості, поки у 2020 році в [1] не було доведено, що споживча вартість не існує взагалі. Однак, для недосвідченої у тонкощах формування понять людини може виникнути сумнів у цьому. Й на це може бути вагома причина. Справа в тому, що часто на нас впливає магія великих авторитетів, які зробили дійсно безперечний внесок у знання і практику економіки. Такою особистістю без сумніву вважається Аристотель – величезний давньогрецький вчений, філософ, який створив основу багатьох сфер знання і діяльності. Поняття, які ввів Аристотель, за рідким виключенням, не протерпіли суттєвих змін аж до теперішнього часу. Так, ще Аристотель зрозумів, що реальна економіка завжди була за своєю суттю соціальною економікою; до того ж саме Аристотель стояв у витоків такого складного поняття, як капітал; він же також вперше ввів поняття мінової вартості, хоча так й не визначив, що в її основі лежать затрати труда [2]. Й тут Аристотеля можна зрозуміти, тому що цю істину вперше встановив тільки через майже дві тисячі років потому величезний економіст

Адам Сміт. І тим не менш й досі серед деяких навіть не другорядних економістів існує думка, що вартість визначається не тільки затратами труда, тобто існує не тільки так звана трудова вартість, але й споживча вартість. При чому, саме Аристотель вперше використав цей термін. Тому встає питання, проблема – так може в супереч ствердженню в [1] дійсне споживча вартість існує. *Метою* доповіді й стало встановлення істинного сенсу споживчої вартості Аристотеля.

Автори даній доповіді вважають за необхідне нагадати, що в [1] проти існування споживчої вартості приводиться один достатній аргумент – споживча вартість походить від вартості потреб. Але уся практика обміну свідчить, що потреби не мають вартості, – ще ніхто й ніколи не зміг обміняти у магазині хоча б одну свою потребу на якийсь продукт. Й виникає питання невже Аристотель не розумів таку просту істину. Для відповіді на це питання автори доповіді не формально, а більш уважно прочитали визначення споживчої (потребницької) вартості, яке буквально перекладено так: «Споживча вартість – це вартість, яка повністю споживається у нутрі натурального господарства» [3]. Але перш ніж споживати вартість, її необхідне створити, зробити, виробити, здійснити затрати труда. Відсіля слідує, що Аристотель під споживчою вартістю розумів звичайну трудову вартість, тобто, вартість як результат затрат труда.

«Споживча» вартість взагалі походить не від терміну «потреба», а від терміну «споживання». Словосполучення «споживча вартість» - це результат невдалого перекладу філологами російського «потребительная стоимость». Тому споживча вартість взагалі не має ніякого відношення до потреб як термінологічно, так й логічне й, як доведено у доповіді, й навіть у дійсності.

Уважний аналіз визначення споживчої вартості Аристотеля лише підтверджує правильність висновку про відсутність поняття і явища «Споживча вартість», який зроблений у [1]. Й як доведено у доповіді, це ніяким чином не суперечить використанню Аристотелем цього словосполучення, яке у дійсності ним розумілося як звичайна трудова вартість.

Література:

1. Бабайлов, В.К. Джерело утворення вартості: момент істини / В. Бабайлов, Д. Приходько // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва: Збірник наукових праць Харківського національного автомобільно-дорожнього університету. – № 2 (23) – 2019. – Харків: Стиль - Издат, 2019. – С. 13 – 20.

2. Економічні погляди Аристотеля: веб-сайт. URL: https://stud.com.ua/47023/politekonomiya/ekonomichni_poglyadi_aristotelya (дата обращения 20.02.2022).

3. Економічна думка античного світу: Стародавня Греція. Реферат: веб-сайт. URL: https://osvita.ua/vnz/reports/econom_history/24628/ (дата обращения 20.02.2022).

СУЧАСНА РОЛЬ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ДОАНТИЧНОСТІ

Сафронова Д.В.

Науковий керівник: Пахомова Л.В.

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Відомо, що економіка, як і будь-яка діяльність людини, знаходиться у постійному розвитку, зміні. При цьому, це відбувається як у просторі, так і у часі. Це дозволяє знаходити і використовувати її досягнення у цих обох однаково важливих аспектах. Дослідження, пошук і використання досягнень в економіці, які існували у минулому, мають безсумнівний сенс, користь і актуальність. *Метою* доповіді є визначення характеру зв'язку економіки з господарською діяльністю країн Доантичності. Для цього були вирішені такі *задачі*: визначення основної проблеми практики господарській діяльності країн Доантичності; визначення основної проблеми з встановлення організованого знання (організованої думки) про неї; формулювання висновків про можливість використання отриманих знань у сучасній економіці.

Огляд літературних джерел показує, що автори звертають увагу в основному на досвід господарської діяльності таких розвинутих країн Доантичності, як Давній Єгипет, Вавилон, Давні Китай і Індія [1, 2].

Для них характерні такі загальні риси: розуміння рабства як природного явища при розподілі труда; підтримка активного втручання держави в господарську діяльність; відсутність виділення таких різних її видів, як економіка, інженерія, адміністрація і виробництво. Основною проблемою практики було забезпечення ефективності усієї господарської діяльності, як єдиного цілого.

Це супроводжувалося відсутністю відповідних їм термінів і понять. Тобто, був низький рівень створення організованого знання про господарську діяльність. Це відображалось у відсутності таких його форм, як гіпотези, концепції, теорії, науки; окремі вчення були за рідкісним виключенням. Це дозволяє визначити другу проблему, тісно пов'язану з першою – це проблема осмислення досвіду усієї господарської діяльності, як єдиного цілого. Визначаються лише окремі економічні аспекти господарської діяльності.

Так, наприклад, у практиці господарській діяльності Стародавнього Єгипту здійснювався ретельний облік трудових та матеріальних ресурсів – чисто економічний аспект. Тому періодично проводилися переписи населення з урахуванням вікових та професійних особливостей, складалися земельні кадастри, враховувалися худоба та інші речовинні ресурси. Господарські документи характеризують управління державним господарством, організацію праці царських ремісників (майстрів) та землеробів - безпосередніх виробників матеріальних благ.

Одним з перших відомих нам пам'ятників суто економічної думки належать уявлення стародавніх єгиптян про власність, рабство, товарно-грошові відносини. Однак економіка ще не виділялася як окремий вид діяльності; не існувало навіть ні терміну, ні поняття економіка.

Схожі думки прадавньої держави Вавилону в основному представлені законами царя Хаммурапі (1792-1750 роки до н. е.) про відсоток, власність, податки. У цих законах поділ суспільства на рабів і рабовласників визнавалося природним і вічним. Закони Хаммурапі відображали турботу про зміцнення та охорону приватної власності. Вони свідчать і про те, що основу економіки Вавилонського царства становило натуральне господарство. У законах Хаммурапі відбувся розвиток товарно-грошових відносин, заходи з розширення торговельних угод.

Стародавній Китай найчастіше асоціюється з Конфуцієм (551-479 роки до н. е.) [2]. Він справив великий вплив на економічну думку Китаю – він одним з перших створив вже вчення, яке містить соціально-економічну концепцію про природне право. Він виходив з поділу суспільства на «благородних», які складають вищий стан, і «простолюдинів» («низьких»), долею яких є фізична праця. Конфуцій вважав це природним. Вчення Конфуція націлене на забезпечення рабовласницького ладу, зміцнення авторитету держави, зміцнення влади верховного правителя Китаю.

Визначною пам'яткою історії господарської думки древньої Індії є трактат «Артхашастра» у формі повчання для царя, але за своїм змістом та значенням воно далеко вийшло за рамки зводу рад. Це великий труд, що охоплює широке коло питань і свідчить про зрілість господарської думки Індії того часу. «Артхашастра» оповідає про соціальну нерівність, виправдовує і закріплює її, підтверджуючи правомірність рабовласництва, поділу суспільства на касты. В «Артхашастра» головною галуззю вважалося землеробство. Поряд з тим розвивалися ремесла, торгівля. «Артхашастра» приділяла і велику увагу активному втручання держави в господарську діяльність.

Вивчення досвіду господарської діяльності Доантичності буде сприяти:

- поглибленню розуміння ролі держави в економіці.
- необхідності самого широкого розуміння розподілу труда не тільки на рівні окремих господарств, але й господарства країни у цілому.
- збільшенню уваги до досвіду окремих аспектів господарській діяльності стародавнього світу.

Вивчання досвіду господарської діяльності Доантичності буде сприяти в якийсь мірі зменшенню можливих помилок в організації її роботи у теперішньому часі.

Литература:

1. Особливості розвитку господарської системи Єгипту, Вавилону, Індії, Китаю: веб-сайт.URL: <https://studfile.net/preview/5704732/page:3/> (дата звернення: 15.02.2022)
2. Економічна думка Стародавнього Китаю. Реферат: веб-сайт.URL: https://ru.osvita.ua/vnz/reports/econom_history/24608/ (дата звернення: 05.02.2022)

ВПЛИВ СОЦІАЛЬНОГО СПРЯМУВАННЯ ВИДАТКІВ БЮДЖЕТУ НА РІВЕНЬ СПОЖИВАННЯ НАСЕЛЕННЯ

Цзоу Ш., Юлдашов Р.

Науковий керівник: Соляр В.В., к.е.н., доцент

Харківський національний педагогічний університет імені Г.С. Сковороди

Бюджетний процес є основою успішного управління державою та її економікою. Від ефективності бюджетного процесу значною мірою залежить зростання добробуту населення, економічна стабільність країни. Проте формула «спочатку економічні реформи, а потім реалізація завдань соціального розвитку» є деструктивною, оскільки такий розвиток забезпечується ціною соціальних втрат. Крім того така стратегія не забезпечує основної мети – розвиток середнього класу як гаранта економічної, політичної та соціальної стабільності, не сприяє подоланню бідності та призводить до глибокого матеріального розшарування.

Так у концепції Л. Ерхарда не ринок і не економічна ефективність є кінцевою метою, вони лише інструменти для її досягнення. Сама мета полягає у тому, щоб вивільнити людину, дати простір її енергії та ініціативі, забезпечити їй належне існування, максимально задовольнити не лише її матеріальні потреби, а й духовні [1]. Сенс соціального ринкового господарства у тому, що будь-який успіх економіки, досягнення раціоналізації, підвищення продуктивності повинно слугувати кращому задоволенню потреб споживачів.

Досягти цього можна за допомогою соціально спрямованого бюджетного процесу, бо саме ринкова економіка відкриває широкі можливості розвитку і для країни в цілому, і для окремої людини, що має спочатку задовольнити низку першочергових потреб, а потім мати можливість проявити свій творчий і новаторський потенціал. Тому соціально спрямований бюджетний процес дозволить обмежити або ліквідувати небажані наслідки ринкової конкурентної діяльності, стати каталізатором ринкових відносин і злагодити негативні явища, що їм притаманні. Так реаліями сьогодення є невирішеність більшості соціальних питань, зубожіння значної частини населення, провали у виробництві і відповідно приховане та зареєстроване безробіття, стагнація медицини, сфери послуг, освіти, науки та культури, високий рівень корупції та злочинності, занижений рівень соціальних стандартів.

Це підтверджує аналіз доходної та видаткової частин бюджету. Так доходна частина державного бюджету характеризується фіскальною спрямованістю, що відображається у високому рівні податкового навантаження на суб'єктів економічної діяльності (надходження ПДФО та прибуткового податку у 2021 р. 33%), та не створює стимулів до праці, розширення підприємницької діяльності. При цьому в структурі податкових надходжень державного бюджету України питома вага належить непрямим податкам (492 млрд. грн. або 64% у 2021 р.) як основному джерелу податкових надходжень до бюджету, що відповідає фіскальній спрямованості податкової політики, замість стимулюючої, яка сприяє економічному розвитку [2].

Головним недоліком щодо видаткової частини бюджету є те, що формування та виконання обсягів бюджетних видатків у переважній більшості здійснюється без належного врахування можливостей економіки та населення у сплаті податків для формування доходів бюджету. Це призводить до структурної розбалансованості фінансів держави, дефіциту бюджетів різних рівнів та викривленню споживчої поведінки населення.

На сьогодні найбільшу питому вагу в бюджетах демократичних країн мають видатки на соціальні потреби, що свідчить про виняткову роль соціальної функції держави. Розгалужена система соціальних зобов'язань стала однією з перших ознак цивілізованості суспільства, невід'ємним його атрибутом. Соціальні витрати держави стали одним із важливих факторів, які визначають рівень життя населення й добробут найменш забезпечених його верств. При цьому соціальний сектор включає в себе політику та програми в таких сферах, як зайнятість і безробіття, підтримання достатнього життєвого рівня населення, охорона здоров'я, освіта, тощо.

Соціальна спрямованість бюджетного процесу простежується через соціальні видатки бюджету. Соціальні видатки бюджету включають в себе видатки на охорону здоров'я, освіту, науку, культуру, мистецтво, фізичну культуру та спорт, соціальний захист, соціальне забезпечення та інші. При цьому, проведені на статистичних матеріалах дослідження ООН показали, що для країн з рівнем ВВП на душу населення як в Україні, об'єктивна межа витрат на соціально-культурні цілі повинна дорівнювати не менше 10% ВВП [3]. Таким чином закладені у державному бюджеті України на 2022 рік величини витрат на соціально-культурні цілі: на освіту – 187,1 млрд. грн. (3,5% ВВП), на охорону здоров'я – 3195,9 млрд. грн. (3,6% ВВП), на соціальний захист та соціальне забезпечення – 320,1 млрд. грн. (5,9% ВВП) є близькими до об'єктивно можливих максимальних значень при існуючому стані розвитку економіки [3]. Але проблема полягає у тому, що у нашій країні низький рівень ВВП і хоча проценти відрахувань від ВВП начебто відповідають об'єктивним межам, але у дійсності це мізерні суми у розрахунку на душу населення.

Отже, соціальна орієнтація бюджетного процесу передбачає досягнення високого рівня добробуту для переважної більшості членів суспільства в умовах економічної свободи та конкурентного ладу, пріоритетності видатків, спрямованих на розвиток людського капіталу, а також впровадження механізмів розвитку якісних факторів економічного зростання.

Література:

1. Schnabl, Gunther (2018) 70 years after the German currency and economic reform: The monetary, economic and political order in Europe is disturbed, Working Paper, No. 156, Universität Leipzig, Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät, Leipzig
2. Державний бюджет України на 2022. Міністерство фінансів України. URL: https://mof.gov.ua/uk/budget_2022-538 (дата звернення: 03.02.2022)
3. Economic and Social Council Official Records, 2021 Supplement No. 6. Commission for Social Development Report on the 59-th session (19 February 2020 and 8–17 February 2021). United Nations. URL: <https://undocs.org/E/2021/26> (дата звернення: 15.02.2022)

ЕКОЛОГІЧНІ ПРОБЛЕМИ СУСПІЛЬСТВА

Чупета Д. О.

Науковий керівник: Блага В. В., к.е.н., доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

У зв'язку зі світовою фінансовою кризою та її наслідками, зараз є нагальною темою ефективність та прибутковість зелених інвестицій. Щоб вони не були тягарем для національних економік, а мали змогу не тільки вирішувати екологічні проблеми суспільства, а ще й досягати, як мінімум, точки беззбитковості у своїй діяльності, або навіть приносити прибуток інвесторам.

Такі закордонні науковці як Георг Індерст, Чарльз Камінкер та Ф. Стюарт зробили спробу систематизувати існуючу інформацію щодо зеленого інвестування, існуючих підходів та визначень. Їх дослідження охоплює досить велике коло питань, з якими стикаються країни з розвинутими ринками та демократичними системами, зокрема країни ОЕСР. Значний внесок у дослідження зеленого інвестування та систематизацію існуючих знань внесли вітчизняні вчені С. Харічков та Н. Андрєєва, які провели аналіз та систематизацію заходів, які приймаються у різних країнах світу, що спрямовані на вирішення екологічних проблем та стимуляцію розвитку зелених секторів економіки відповідних країн. Згідно з роботами доктора економічних наук Ілляшенко С.М. одним із найефективніших шляхів переходу до стійкого розвитку є виробництво і споживання екологічних інновацій – екологічно безпечних і економічно ефективних на всіх стадіях виробництва, споживання та утилізації нових продуктів, технологій їхнього виробництва, методів управління тощо.

Екологічно-орієнтоване інвестування, розробка нових зелених технологій, їх впровадження у масове використання – це одні з основних тенденцій в економічно-розвинутих країнах. Це підтримується як зусиллям окремих підприємств, розробками і впровадженням необхідних норм та стандартів на національних рівнях окремих країн, так і міжнародними організаціями. Не дивлячись на відсутність загального консенсусу та чітких рамок, що саме розуміється під поняттям «зелені інвестиції», цей напрямок продовжує активно розвиватися і демонструє стійку тенденцію до зростання. Одним із основних напрямів зеленого сектору економіки є ефективний менеджмент відходів, який дозволяє не тільки позбуватися відходів, а робити це у ефективний спосіб, який не тільки не наносить шкоди навколишньому середовищу, а є джерелом вторинної сировини. Складовою частиною загального менеджменту відходів є відокремлений сектор менеджменту відпрацьованих автопокришок, який має свої особливості та підходи.

Досліджено досвід певних європейських країн, який демонструє, що можливо досягти 100% рівня переробки шин, та навіть повністю ліквідувати накопичені поклади на звалищах, що дозволяє вивільнити значні площі землі та вберегти населення та навколишнє середовище від негативного впливу

небезпечного забруднення. Цей рівень переробки був досягнутий завдяки державним програмам та законам, які регулюють цей сектор, в основному, а також загальній консолідації виробників та імпортерів автопокришок, на яких покладено обов'язок по їх збиранню та утилізації.

Аналіз потенціальної сировинної бази за допомогою удосконаленого методу показав, що в Україні щорічно виробляється значна кількість відходів, які можуть бути перетворені на джерело цінної вторинної сировини.

Проведені дослідження є спробою обґрунтувати можливість приватної ініціативи у сфері переробки автопокришок, обґрунтувати, що екологічні-орієнтовані інвестиції можуть бути прибутковими не тільки у сонячній та вітровій енергетиці.

Можна відмітити, що реалізація проекту еко-інноваційного розвитку підприємства в значній мірі задовольняє широке коло суб'єктів інноваційного процесу. Перш за все, компанія-інвестор отримує прибуткове виробництво, яке має усі шанси вивести усе підприємство з кризового стану. Розробники інновацій (постачальники устаткування) мають прибуток від продажу своєї продукції, а також можливість продовжувати розробку нових видів устаткування та удосконалювати процес переробки. Значну користь отримує місцеве населення та влада, які мають можливість позбавитися частини небезпечних відходів, які забруднюють оточуюче середовище.

Реалізація цього проекту передбачає використання вже випробуваної технології і не несе значних ризиків. Однак подальший розвиток цієї технології, проектування більш складних та комплексних систем переробки з більшою продуктивністю, може викликати певні проблеми у проектуванні та впровадженні. Частково ці ризики можуть бути зменшені шляхом вивчення передового досвіду країн, які досягли найбільших успіхів у цій області.

Оскільки питання екології є одними з життєво-важливих для будь-якої держави, то навіть неприбуткові проекти, які можуть покращити стан навколишнього середовища, повинні отримувати підтримку з боку держави, а проекти які є прибутковими тим паче. Тому існує висока вірогідність отримати підтримку з боку держави, що дозволить суттєво покращити його діяльність.

Подальші можливості розвитку даного проекту включають в себе кооперацію з державними та муніципальними органами влади, проектування більш складних та комплексних систем з переробки, що дозволить зменшити собівартість та збільшити продуктивність виробництва, подальшу переробку отримуваної сировини у продукцію з більшою доданою вартістю, вивчення досвіду передових європейських компаній.

Секція 2

***Розвиток економічного потенціалу суб'єктів
підприємництва в умовах пандемії та карантинних
обмежень***

**ТУРИСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ХАРКОВА
(ДОВОЄННИЙ ПЕРІОД)**

Аліпова Д.О.

*Науковий керівник: Деділова Т.В., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Сутність терміна «туристичний потенціал» тісно пов'язана з можливістю та ефективністю використання і реалізації потенціалу економічних туристичних ресурсів. Отже, розуміння туристичного потенціалу регіону, умовно кажучи, лежить на стику попиту і пропозиції створеного туристичного продукту регіону. Туристичний потенціал означає сукупність можливостей і здібностей господарюючих суб'єктів індустрії туризму по використанню потенціалу туристичних ресурсів для формування туристських продуктів, що володіють туристичною атрактивністю для максимальної кількості споживачів (туристів). Важливими елементами запропонованого визначення терміна «туристичний потенціал» є взаємозв'язок туристичного потенціалу і атрактивності туристичних продуктів.

Аналізуючи вагомість туристичного потенціалу в діяльності м. Харкова, слід приділити особливу увагу визначенню місця та ролі останнього в «Стратегії розвитку міста Харкова до 2030 року» (далі – Стратегія) [1].

Всебічний розвиток інфраструктури здорового способу життя, культурно-дозвільної та рекреаційної сфер є критично важливим чинником якості життя та соціального комфорту та виступає однією з передумов підвищення статусності та привабливості міст для кваліфікованих кадрів і інвестицій. Так, розвинутість індустрії дозвілля, насиченість культурного життя, рекреаційні можливості території входять до переліку основних показників, за якими журнал «The Economist» та низка міжнародних рейтингових агентств складають щорічні рейтинги livability («привабливості для життя») провідних мегаполісів світу. Капіталовкладення в розвиток рекреаційної сфери стали одним з основних напрямів інвестиційної політики великих європейських міст поряд з інвестиціями в інфраструктуру. Місто Харків володіє значною історико-культурною спадщиною, сучасним мистецтвом та оздоровчою базою для формування туристичного продукту та перетворення туризму на важливу сферу міської економіки. Харків входить у ТОП-3 міст України за кількістю відвідувань іноземних туристів: понад 1,2 млн. іноземних туристів і майже 5 млн. українських [1].

Розвиток сфери туризму є ефективним інструментом диверсифікації

економіки міста, формування додаткових робочих місць, задоволення ділових, соціально-культурних і рекреаційних потреб жителів і гостей міста.

Органи місцевого самоврядування мають обмежений вплив на фактори, що представляють загрози і можливості для розвитку туризму в м. Харків. У вирішенні даного питання важлива консолідація зусиль адміністрації міста і виконавчих органів державної влади Харківської області в сфері інфраструктурного, маркетингового, інформаційного забезпечення розвитку туризму.

Серед найпопулярніших місць відвідування туристами: ЦПКіВ ім. М. Горького, який входить до 15 кращих парків Європи; один з найбільших майданів Європи – майдан Свободи (близько 12 га, 6-те місце в Європі, 12-те місце у світі); найбільший в Україні «сухий» фонтан у центрі міста на площі Свободи (150 струменів, 7 кілець, 36 метрів у діаметрі); Харківська канатна дорога, Сад Шевченка, Стадіон «Металіст», Лопанська набережна, ТРЦ «Французський бульвар», ТРЦ «Nikolsky», Сквер Стрілка і Набережна, Площа Конституції, дельфінарій «Немо», Харківський зоопарк, який відповідає всім європейським нормам

Таким чином, на сьогодні в умовах відсутності достатньої актуальної статистичної інформації щодо кількості туристів та відвідувачів м. Харкова, їх витрат, надходжень від туризму до міського бюджету та кількості зайнятих у галузі, існує потреба у проведенні комплексних досліджень з метою поширення інформації про економічний ефект від туризму серед підприємств галузі, місцевого населення, потенційних інвесторів.

Наявність об'єктивної інформації про туристичний потенціал міста дозволить вести діалог із перевізниками, готельними мережами, туристичним бізнесом міста та депутатським корпусом органів місцевого самоврядування щодо виділення коштів на подальший розвиток галузі.

Взаємодія бізнесу і держави є запорукою розвитку економіки, особливо коли мова йде про співробітництво з місцевою владою, яка добре поінформована про проблеми та економічних інтересах об'єктів, які функціонують на її території. Ця теза цілком і повністю підтверджується на численних прикладах успішного взаємодії туристичного бізнесу з органами муніципального управління.

Література:

1. Стратегія розвитку міста Харкова до 2030 року. URL: <https://create.kharkiv.ua/strategy> (дата звернення: 09.12.2021).

ТРАНСПОРТНИЙ ШУМ ЯК ФАКТОР ДЕСТРУКЦІЇ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ У МІСТАХ

Арунашвілі Є.Г.

Науковий керівник: Дмитрієв І.А., д.е.н, професор
Харківський національний автомобільно-дорожній університет

На сьогоднішній день шумове забруднення є предметом різноманітних досліджень, головним чином досліджень його впливу на здоров'я людини та ефективність праці. Дослідження показують, що шум транспорту в міських районах надзвичайно зріс з початку століття, насамперед через збільшення обсягів перевезення пасажирів і вантажів. Можна зробити висновок, що сьогодні в міській місцевості основним джерелом шуму є саме шум транспорту, який становить близько 80% усіх джерел шуму. Транспортний шум, викликаний дорожнім рухом, є найпоширенішим типом шуму в міських районах і, як такий, становить серйозну проблему.

На рис. 1 показано розподіл міського шуму за його джерелами.

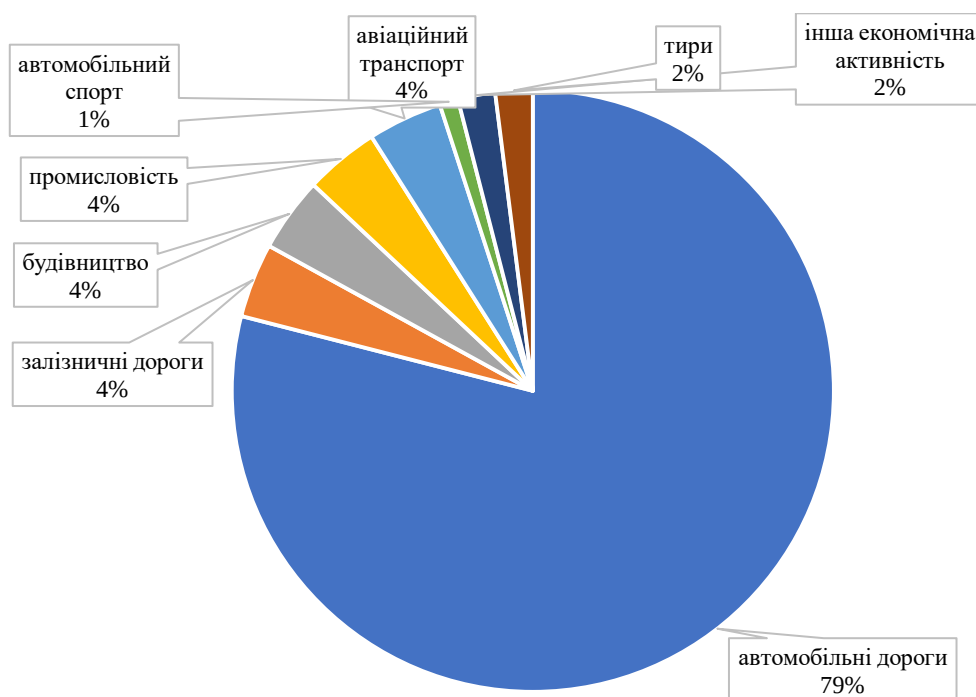


Рисунок 1 – Джерела міського шуму, % [1]

Транспортний шум здійснює комплексний негативний вплив на організм людини: діє на органи слуху, на нервову систему, на психіку, спричиняє підвищення кров'яного тиску й ослаблення уваги, впливає на зоровий і вестибулярний апарати тощо. У разі постійного шумового фону до 70 дБА виникають порушення ендокринної та нервової систем, до 90 дБА – порушується слух, до 120 дБА – призводить до фізичного болю, який може бути нестерпним [2].

Табл. 1 наглядно ілюструє середній рівень шуму, який продукують різні види транспорту.

Таблиця 1 – Середній рівень шуму різних видів транспорту [1]

Тип транспорту	Середній рівень шуму, дБА
Легковий автомобіль	82
Мотоцикл	90
Вантажний автомобіль	103
Турбореактивний літак	150
Швидкий пасажирський потяг	65
Вантажний потяг	60
Метро	70

Найбільш розповсюдженими та поверхневими ефектами шуму є зниження концентрації, розумової діяльності та безсоння. Проте шум здатен впливати на чимало систем людського організму. Шум має накопичувальний ефект, тобто акустичне подразнення накопичується в організмі та з часом все сильніше пригнічує нервову систему. Шум активізує вироблення адреналіну, кортизону, норадреналіну – «гормонів стресу». Цей процес не припиняється навіть під час нічного відпочинку: коли тіло отримує дозу шуму під час спокою, тіло утримується на легких фазах сну, що порушує кров'яний тиск і викликає гіпертензію, а також зміщує циркадні ритми людини. У нічний час шум від 50 дБА підвищує рівень кортизолу та тиску в крові, що призводить до розвитку ішемічної хвороби серця та гострого інфаркту міокарда, інсульту, пошкодження клітин у результаті окислення і запалення кровопостачальних судин. Окрім вироблення «гормонів стресу», шум також може погіршувати психологічний стан, викликати психічні розлади, серед яких депресія та тривожність. Тривалий контакт з інтенсивним шумом може викликати зміни в особистості та агресивні реакції, виступати психологічним тригером для людей з посттравматичним синдромом [3].

Згідно з дослідженням Всесвітньої організації охорони здоров'я [4], люди, що живуть поруч із аеропортами та навантаженими дорогами частіше за інших відчувають головний біль, вживають більше ліків для покращення сну та седативних препаратів, частіше звертаються за психіатричною допомогою.

Література:

1. Sanja Grubesa & Mia Suhanek. Traffic Noise. URL: <https://www.intechopen.com/chapters/72522> (дата звернення: 13.02.2022).
2. Шум та його шкідливі наслідки. URL: <https://uz.dsp.gov.ua/index.php/diialnist/hihiiena-pratsi/749-shum-ta-ioho-shkidlyvi-naslidky> (дата звернення: 12.02.2022).
3. Дослідження: як шумове забруднення руйнує наше здоров'я та що з цим робити. URL: <https://slukh.media/texts/specials/noise-survey/> (дата звернення: 05.02.2022).
4. Health effects of environmental noise pollution. URL: <https://www.science.org.au/curious/earth-environment/health-effects-environmental->

noise-pollution#:~:text=Exposure%20to%20prolonged%20or%20excessive, cardiovascular%20disease%2C%20cognitive%20impairment%2C%20tinnitus (дата звернення: 14.02.2022).

УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТЮ В УМОВАХ ЗДІЙСНЕННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Безпала В.Д.

*Науковий керівник: Кирчата І.М., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Для того, щоб підприємство могло успішно конкурувати та досягати власних цілей на зовнішньому ринку, воно має активізувати та структурувати систему управління маркетингом як одну з необхідних умов.

Маркетинг в умовах зовнішньоекономічної діяльності визначається як ділова активність підприємства, спрямована на планування, ціноутворення, просування товарів та послуг у більш ніж одній країні з метою отримання прибутку.

Ф. Котлером були виділені дві групи методів на вибір ринку для здійснення зовнішньоекономічної діяльності: аналітичний (дерево рішень), що включає аналіз рівня попиту на пропонований товар, аналіз витрат і доходів, та евристичний (асоціативний). Також одним із головних факторів вибору ринку є розуміння споживчої цінності товару для іноземного споживача.

В умовах здійснення зовнішньоекономічної діяльності розвиток маркетингової діяльності дає підприємству низку переваг:

- через прагнення вдосконалити товар та задовольнити потреби закордонного споживача, відкрити нові способи ефективного виробництва та надання інноваційних характеристик товару, досягається підвищення ефективності надання послуги та підприємство стає більш ефективним у виробництві;

- розвиток зовнішньоекономічної діяльності підприємства свідчить про набуття сильної конкурентної переваги на внутрішньому ринку та зростання інформованості споживачів про марку підприємства та продукт чи послугу;

- шляхом економії на масштабі та збільшенні частки ринку відбувається збільшення прибутку підприємства.

Управління маркетингової діяльністю в умовах здійснення зовнішньоекономічної діяльності є масштабним і складним процесом, яке дозволяє підприємству підвищити ефективність продукту, збільшити конкурентну перевагу на внутрішньому ринку та отримати економію на масштабі.

Найважливішими елементами системи маркетингового управління зовнішньоекономічної діяльності виступають:

1. Правильний вибір експортного ринку – головне завдання маркетингового відділу та маркетингових експертів. Маркетинговий потенціал для експортного продукту, конкуренція на ринку, маркетингові тенденції,

рівень маркетингового розвитку, політична та економічна стабільність у країні, нормативно-правове регулювання та ін.

2. Проведення глибокого маркетингового дослідження, результати якого залежить від достовірності маркетингової інформації, правильності оцінки ринкових перспектив та адекватності рівня інтернаціоналізації маркетингових зусиль.

3. Визначення ступеню «готовності» товару. Головним в експортному маркетингу є необхідність постачати такий товар іноземному споживачеві, що відповідатиме його смаку, вимогам, тенденціям моди, дизайну.

4. Розробка маркетингової стратегії. Ефективне просування та продаж продукції на зарубіжному ринку залежить від узгодженої маркетингової стратегії.

5. Контроль за впровадженням стратегії міжнародного маркетингу та у разі необхідності її коригування.

Процес маркетингового управління має здійснюватися комплексно та систематично, включаючи правильний вибір експортного ринку, проведення глибокого маркетингового дослідження, адаптації продукту та маркетингових програм, розробку маркетингової стратегії та контроль за її впровадженням. Виходячи з сучасних тенденцій розвитку, підприємствам рекомендується оптимізувати веб-сайти з урахування потреб зовнішнього споживача, активізувати діяльність у соціальних мережах та ін.

Література:

1. Global Marketing: Strategies, Definition, Issues, Example [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.cleverism.com/global-marketingstrategies/> (дата звернення: 01.02.2022).

ВПЛИВ COVID-19 НА СЕКТОРИ ЕКОНОМІКИ В ЦІЛОМУ ТА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКУ ПРОМИСЛОВІСТЬ ЗОКРЕМА: ПОГЛЯД EULER HERMES

Білоконь Є.Р., Хоруженко О.С.

*Науковий керівник: Левченко Я.С., д.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Розвиток кожного окремого сектору економіки – це розвиток кожної держави в цілому. Особливо коли мова йде про сільське господарство – галузь економіки, що призначена для забезпечення населення провізією і отримання сировини для промисловості. Галузь представлена практично у всіх країнах [1]. Також варто відмітити, що сільськогосподарська промисловість є досить чутливим сектором економіки. Підтвердженням цьому є результати дослідження Euler Hermes [2]. Euler Hermes займається постійним дослідженням та моніторингом різних компаній різних секторів економіки, що складають 92 % світового ВВП.

Погіршення ситуації та вплив на чутливість секторів економіки експерти Euler Hermes пов'язують з прямим і непрямим впливом пандемії коронавірусу Covid-19 в тому числі [2]. Отже, за показник чутливості сектору економіки взято значення показника, яке отримано на основі проведеного комплексного дослідження [3].

Методика розрахунку показника чутливості сектору економіки представлена в дослідженні [4]. Значення 0 означає, що сектор економіки вважається нечутливим, значення від 0 до 1 вказують на те, що сектор вважається чутливим [5]. Експертами Euler Hermes акцентовано увагу на чутливості до впливу Covid-19, оскільки такого роду виклики вважаються найбільш впливовими, а вплив таких оцінити чи переоцінити вкрай важко.

У табл. 1 представлено чутливість секторів економіки [3, 4].

Таблиця 1 – Чутливість секторів економіки (побудовано автором на основі [3, 4])

Сектор економіки	Чутливість сектору
Виробництво комп'ютерів та телекомунікаційного обладнання	0,03
Текстильна промисловість	0,07
Виробництво побутових пристроїв	0,07
Будівництво	0,22
Постачання автомобільних вузлів і деталей	0,5
Електронна промисловість	0,5
Торгівля	0,5
Розробка програмного забезпечення, ІТ послуги	0,5
Хімічна промисловість	0,58
Машинобудування	0,58
Виробництво паперу	0,6
Сільськогосподарська промисловість	0,63
Автомобілебудування	0,7
Виробництво транспортних засобів	0,7
Енергетика	0,97
Транспорт	1

На основі проведеного аналізу можна виділити 8 секторів економіки, які є найбільш чутливими до турбулентних викликів в цілому і Covid-19 зокрема. З метою підтримки найбільш значущих секторів економіки мають бути запроваджені методи протекціонізму останніх, що в свою чергу призведе до стабілізації економіки держави.

Література:

1. Сільське господарство.
https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D1%96%D0%BB%D1%8C%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B5_%D0%B3%D0%BE%D1%81%D0%BF%D0%BE%D0%

[B4%D0%B0%D1%80%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE](#) (дата звернення: 05.02.2022).

2. Новое исследование Euler Hermes : воздействие коронавируса на глобальные отрасли https://www.eulerhermes.com/ru_RU/latest-news/ehru_2020_covid_uscherb_otraslyam.html (дата звернення: 15.01.2022).

3. Impacts of the COVID-19 pandemic on EU industries [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/662903/IPOL_STU\(2021\)662903_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/662903/IPOL_STU(2021)662903_EN.pdf) (дата звернення: 05.01.2022).

4. The asymmetric impact of COVID-19 confinement measures on EU labour markets <https://voxeu.org/article/covid-19-lockdown-and-eu-labour-markets> (дата звернення: 05.01.2022).

5. Baldwin, R and Weder di Mauro, B (eds.) (2020), *Mitigating the COVID Economic Crisis: Act Fast and Do Whatever It Takes*, CEPR Press.

ВПЛИВ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ НА РИНОК ПРАЦІ

Демиденко А. В.

Науковий керівник: Непран А. В., к.е.н., доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Прискорений розвиток цифрової економіки здійснює суттєвий вплив на ринок праці. Активне впровадження інформаційних технологій у виробничій та невиробничій сферах призвели до формування нової соціально-трудової структури, яка характеризується інноваційними формами зайнятості. На ринку праці відбувається прискорені процеси виникнення нових форм трудової діяльності, відмінних від існуючих в індустріальну епоху, що ставить питання про стабільний розвиток такого важливого ринку, як ринку праці. В теперішній час відбувається активна трансформація структури зайнятого населення; науково-технологічний процес формує нові вимоги до якості робочого сили; змінюються умови найму робочої сили; підвищується мобільність та рівень вимог до освіти.

До основних тенденцій, що будуть визначати напрямки змін на ринку праці в епоху інформатизації, ряд дослідників відносять [1, с. 39]: технологічний процес, автоматизація і роботизація; хмарні технології та хмарні обчислення; цифровізація особистого простору; великі дані та інтернет речей; розвиток нейротехнологій та нейроінтерфейсів.

Стрімке поширення економіки спільного споживання відображає ідеї переходу до мережевого суспільства. Споживачі користуються конкретними продуктами лише тоді, коли вони потрібні, і не володіють ними в інший час. Таким чином знижують витрати з утримання майна [2]. Науково-технічний прогрес і прискорення процесів глобалізації в Україні сприяють виникненню нових форм використання робочої сили, зокрема, як неповна зайнятість. Під неповною зайнятістю розуміють такі форми організації праці, за якою відбувається максимально гнучке та неповне використання робочої сили.

Розвиток інформаційних технологій та прискорення глобалізаційних

процесів підвищують рівень конкуренції, з одного боку, а з іншого – посилюють конкурентні переваги тих робітників, які мають високий рівень освіти, практичних навиків з обраної професії, мають талант та готові вирішувати складні задачі. Власники робочої сили отримали новий рівень економічної свободи і використовують її для самореалізації, а роботодавці – мають необмежений доступ до робочої сили усього світу. Становлення та розвиток цифрового ринку праці сприяє формуванню інноваційної зайнятості робітників.

Література:

1. Цифрова економіка: тренди, ризики та соціальні детермінанти. Київ: Видавництво «Заповіт», 2020, 274 с.
2. Hamari J., Sjöklint M., Ukkonen A. The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption. – Journal of the Association for Information Science and Technology, 20016, №67(9), pp.2047-2059.

ВИЗНАЧЕННЯ МІСЦЯ І РОЛІ ІНФЛЯЦІЇ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ

Довгопол О.Ю.

*Науковий керівник: Деділова Т.В., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Інфляція – це складне багатофакторне явище, яке характеризує порушення відтворювального процесу, виступає результатом макроекономічної нестабільності, певного дисбалансу між сукупним попитом і сукупною пропозицією і притаманна економіці, що використовує паперово-грошовий обіг. Під інфляційним процесом доцільно розуміти процес поступового зростання цін в економіці країни [1].

Деякі науковці [2,3] найбільш значними чинниками формування інфляційних процесів в Україні вважають монетарні показники, валютний курс, дефіцит бюджету, ціни, що встановлюються адміністративно, та рівень заробітної плати.

До основних немонетарних факторів автори [4,5] відносять неврожаї, цінові флуктуації на ринку нафтопродуктів, передвиборчі інфляційні та девальваційні очікування. Безперечно, Україна, як активний споживач імпортованих енергоносіїв, наражається на ризик зовнішньої інфляції, принесеної в економіку через ціни на нафту, нафтопродукти, газ, сировину, що імпортується з-за кордону. Також серед причини інфляції в несприятливих умовах господарювання присутні бюрократизм, монополізації економіки. Цікавим дослідженням причин коливань є явище інертності рівня цін в Україні. До виокремлених вище факторів, на нашу думку, доцільно внести такі, що враховують стан сучасної української економіки, скоригований світовою COVID-пандемією та війною з Російською Федерацією.

Зростання цін та тарифів в 2019-2022, що регулюються адміністративно, а також базова інфляція й валютні коливання суттєво вплинули на закономірності розвитку інфляційних процесів в Україні.

У разі наявності інфляційних очікувань відбувається саморозвиток і пришвидшення інфляції (коли населення та суб'єкти господарювання у країні очікують, що інфляція проявиться в економічних процесах, або передбачають збільшення її темпів, своїми діями, спрямованими на збереження власних фінансових активів від знецінення, вони дійсно спричиняють розширення меж інфляційних процесів)

І, навпаки, за відсутності інфляційних очікувань спостерігається процес заощадження коштів (коли в учасників економічних відносин немає побоювань щодо розгортання інфляційних процесів та знецінення вартості фінансових активів у перспективі, більшість громадян та суб'єктів господарювання стають схильними до відкладення частини наявних грошових коштів у якості капіталу для певних цілей, зокрема, для примноження чи придбання у майбутньому якого-небудь реального активу).

Нині для України характерною стала така закономірність інфляційного процесу, як страх і паніка населення щодо того, що національна грошова одиниця незабаром повністю втратить свою купівельну спроможність. Такі адаптивні інфляційні очікування пов'язані з фактом існування політичної нестабільності, з діяльністю засобів масової інформації, втратою довіри до уряду. За умови великих інфляційних очікувань і зростання курсу іноземної валюти, населення воліє тримати свої заощадження не в національній валюті, а у доларах США або євро, що сприяє зростанню курсу цих валют та спекуляції із ними навіть без об'єктивних на те економічних причин [1].

Зростання рівня інфляції в Україні постійно посилюється незбалансованістю державних доходів та витрат, наявністю дефіциту бюджету; широким використанням внутрішніх запозичень з метою покриття бюджетного дефіциту; що призводить до збільшення грошової маси в обігу, а отже, стимулює підвищення цін; зростання маси кредитних ресурсів в обігу внаслідок розширення кредитної системи. Окремий вплив на інфляцію в Україні здійснює війна з Російською Федерацією в наслідок високих фінансово-економічних ризиків, ризиків для життя, порушення логістичних ланцюгів, нестачі пального та ін.

Література:

1. Кудрицька Ж. В., Різник В. В. Дослідження впливу економічних коливань на стан соціально-економічної системи. *Інфраструктура ринку*. 2017. Випуск 7. С. 412-418. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2017/7_2017_ukr/71.pdf (дата звернення: 16.12.21).

2. Фурдичко Л. Є., Фурдичко Л. О. Особливості інфляції: світовий та вітчизняний досвід оцінювання її оптимального рівня. *Управління у сфері фінансів, страхування та кредиту*: тези доповіді всеукраїнської науково-практичної конференції, (8-10 листоп. 2007). Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2007. С. 30-32.

3. Шаповалов А. Системні особливості розвитку інфляційних процесів в Україні. *Вісник Національного банку України*. 2007. №12. С. 3-7.

4. Черешня Г. А., Цвігун Т. В. Інфляційні процеси в Україні: еволюція, сучасний стан. *Вісник Хмельницького національного університету*. Серія «Економічні науки». 2011. Т. 2. № 2. С. 249-252.

5. Голюк В. Я., Подвальна В. В. Аналіз динаміки та причин інфляції в Україні в 1991–2016 рр. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Серія «Економічні науки». С. 69-72.

РОЛЬ ЕМОЦІЙНОГО ІНТЕЛЕКТУ У ПРОФЕСІЙНІЙ АДАПТАЦІЇ МОЛОДІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

*Дяченко Л.А., к.е.н., доцент
Львівська обласна Мала академія наук учнівської молоді
Сидор О.К.
КЗВО ЛОР Львівська медична академія
імені Андрея Крупинського*

Сучасні умови, у яких функціонують заклади освіти та надають освітні послуги, швидко змінюються під впливом низки чинників. До одного з таких важливих чинників впливу належить вплив пандемії та карантинні обмеження. Низка факторів невизначеності у цій ситуації, тривале дистанційне навчання, недостатнє перебування молоді безпосередньо у соціальному середовищі друзів, педагогічного персоналу навчального закладу, може негативно впливати на їх психічний стан, самопочуття, поведінку тощо. У таких випадках для розв'язання проблемних ситуацій, які можуть виникати у молоді, є потреба знаходити нові для себе знання чи способи дій.

Автори вважають, що важливим для молоді є знання з емоційного інтелекту (EI). Низка науковців здійснювали дослідження у цій галузі знань, а саме: Д. Гоулман, М. Карузо, Г. Зіммель, Г. Майер, А. Біне, В. Джеймс, Е. Елліс та інші.

До вітчизняних науковців, які досліджували вплив емоційного інтелекту людини, відносять наступних авторів: А. Дерев'янка, М. Стасюк, Л. Щетініна, Н. Коврига, Е. Носенко та інші.

Соціальне емоційне навчання (SEL), Д. Гоулман визначає, як «складник навчального плану», що дозволить їм опанувати необхідні для життя соціальні і емоційні навички [1., С.9]. Д.Гоулман, після проведених досліджень, рекомендує за програмою SEL навчати «від дитячого садка до останнього року навчання в школі» [1., С.9]. Беручи до уваги те, що молодь, яка зараз навчається у закладах освіти, може мати ще недостатньо знань у цій галузі та потребуватиме їх особливо тоді, коли починає свою першу трудову діяльність.

Відомо, що обираючи професію, молодь може використовувати технологію «професіографії», що передбачає «вивчення вимог, які ставить

професія до особистих якостей, психологічних здібностей, психолого-фізичних можливостей людини» [2., С.275].

Нижче розглянемо суть категорії «емоційний інтелект» (EI), який узагальнено, за матеріалами наукових досліджень різних авторів:

- EI – здатність людини розуміти власні емоції та управляти ними;
- EI – здатність людини зберігати емоційну стійкість у стресових ситуаціях;
- EI – самоконтроль, який дозволяє людині регулювати свою поведінку та управляти поведінкою інших людей;
- EI – високий рівень емоційного інтелекту людей дозволяє їм бути більш успішним у житті, у т.ч. у професійній адаптації молоді в сучасних умовах;
- EI – інструмент ефективного розвитку організації в сучасних умовах;
- EI – формує емоційний потенціал людей, забезпечує їх успішне кар’єрне зростання;
- EI – варто починати навчати з дитячого садка до останнього року навчання в середній школі;
- EI – допомагає виховувати характер людини, попереджувати насильство та цькування в школах;
- EI – профілактика наркоманії;
- EI – один із визначальних факторів людини.

Дослідження даної наукової теми показали, що у молоді, яка починає свій професійний шлях в організації чи установі, може бути низка труднощів, а саме:

- можливі розчарування у виборі тієї чи іншої професії;
- інший режим праці та її оплати, ніж очікувала людина;
- труднощі спілкування в новому колективі; психологічна несумісність у колективі;
- не достатньо якісне виконання професійних обов’язків чи доручень керівників;
- емоційне вигорання через перевантаження на роботі;
- зміни психічних станів, які заважають виконувати професійні обов’язки на роботі;
- поява психічних хворіб, як наслідок розладу діяльності головного мозку, що не дозволяє людині правильно відображати навколишній світ і адекватно реагувати на обставини;
- не достатньо практичних навиків, для вирішення завдань підприємства тощо.

У висновках слід зазначити наступне: існує низка причин, які зумовлюють потребу у кращій підготовці до професійній адаптації молоді ще під час навчання у закладах освіти.

Методології для підготовки молоді до її професійній адаптації, ще під час навчання у закладах освіти, можуть бути різними. Але дуже важливим у таких процесах є забезпечення у молоді розуміння, що таке «емоційний інтелект» та як саме він може допомогти їм у професійній адаптації, кар’єрному зростанні, особистому житті, взаємодії з різними людьми у різних соціальних середовищах тощо.

Література:

- 1.Гоулман Д. Емоційний інтелект / пер.з англ. С. – Л. Гумецька. – Х.: Віват. 2020.- 512с.
- 2.Гончаренко С.У. Український педагогічний словник/ Вид-во «Либідь».: 1997. - 374с.

РОЗВИТОК ІНТЕРНЕТ КОМЕРЦІЇ БАНКІВСЬКИХ ПРОДУКТІВ В ПЕРІОД ПАНДЕМІЇ

Костяниця Д.О., Шуленова А.Г.

Науковий керівник: Вербицька В.І.

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Зростання ринку електронної комерції дає можливість великій кількості користувачів досягати обсягів обороту, які можна порівняти з найбільшими фізичними підприємствами. У свою чергу, зростання оборотів викликає зростання зацікавленості у наданні послуг інтернет-еквайрингу таким клієнтам з боку банків.

У такій ситуації раніше, до пандемії та, згодом, і карантинних обмежень, банки мали два шляхи розвитку подій: удосконалення стандартного рішення для інтернет-еквайрингу на своєму боці, або ж вирішення технологічних завдань самим клієнтом. Удосконалення стандартного рішення мало бути нерентабельним для банку, тому що побудова власної системи моніторингу транзакцій та постійне вдосконалення антифрод захисту погрузало стати тривалим у часі та дорогим за вартістю. Якщо ж не розвивати та не удосконалювати інтернет-еквайринг, з'явиться високий ризик втрати великих корпоративних клієнтів.

Щоб вирішити цю суперечність, процесинговий центр PayOnline розробив і представив фінансовому ринку рішення, орієнтоване на великі фінансові установи, що надають послуги інтернет-еквайрингу. Фахівцями процесингового центру PayOnline розроблено інноваційний продукт, що дозволяє з мінімальними фінансовими та тимчасовими витратами підняти технологічний рівень банку в галузі гнучкості сервісу, якості моніторингу транзакцій, оперативності підтримки платників та безпеки здійснення оплат на абсолютно новий рівень, що є вкрай важливим в нових умовах.

Послуги процесингу в першу чергу надаються компаніям сегменту B2B, учасникам ринку електронної комерції та інтернет-магазинам. Для цих груп інтернет-еквайринг дозволяє збільшити обсяги продажу, побудувати ефективний та безпечний процес прийому платежів за товари та послуги, а також отримати лояльність покупців.

У поточному році 39% всіх покупок у Рунеті було зроблено за допомогою банківської картки. Тільки на території країни понад 10 банків надають учасникам ринку електронної комерції послуги інтернет-еквайрингу. Щоправда, для банків інтернет-еквайринг не є профільним напрямком і не завжди є фінансово цікавим. Тому банки не приділяють технологіям інтернет-

еквайрингу належної уваги, а просто використовують деякі типові рішення.

Розроблений для банків програмний продукт PayOnline дає можливість розгорнути поверх існуючого у банку програмного рішення додаткову надбудову. Вона визначається потребами банку та клієнтів, яким він надає послуги інтернет-еквайрингу. PayOnline може надати, залежно від потреб банку, різні послуги в рамках процесингу, починаючи від гнучкої надбудови системи моніторингу ризиків до підключення мультимовної служби підтримки кінцевих платників.

Комплекс для банків, розроблений компанією PayOnline, має такі переваги:

1. Установка «надбудови» на існуюче програмне забезпечення банку дозволяє зробити тонку, орієнтовану на індивідуальні запити банку та його мерчантів, налаштування системи безпеки прийому платежів. Це налаштування може змінюватись в залежності від типу бізнесу мерчанта, не створюючи перешкод системі прийому платежів і значно знижуючи при цьому ризик шахрайства.

2. Можлива кастомізація платіжного рішення під кожного клієнта банку. Платіжна форма на сайті мерчанта зроблена відповідно до загального дизайну сайту. Також для прозорого застосування платіжної форми використовуються можливості технології i-frame.

3. Процесінговий центр може взяти на себе підтримку клієнтів банку. Служба підтримки процесінгового центру працює на основі системи прийому та обробки звернень користувачів (OTRS) з відкритим кодом. За допомогою відкритого коду можна налаштувати систему регламентів під запити кожного клієнта банку (час реагування на запит, мультимовний сервіс, можливість додаткової консультації платників спеціалістами call-центру зі специфічних питань, пов'язаних із особливостями бізнесу компаній-клієнтів банку тощо)

Головна технологічна перевага програмного продукту, яку розробили фахівці PayOnline, - це можливість інтеграції в найпоширеніші рішення для організації інтернет-еквайрингу, такі як Way4 (OpenWay), TranzWare, TietoEnator. Розгортання "надбудови" відбувається без глобальних технологічних змін у вже існуючій програмній архітектурі банку, що реалізує можливості інтернет-еквайрингу. Інтеграція може бути проведена за обмежений період часу, а гнучкість налаштувань рішення дозволяє адаптувати її під потреби банку та його клієнтів у режимі реального часу, доповнюючи та розширюючи функціонал у процесі роботи.

Розроблені компанією PayOnline рішення для клієнтів можуть розгорнути як на серверах фінансової установи клієнта, так і захищених серверах процесінгового центру PayOnline. PayOnline щорічно проходить сертифікацію на відповідність міжнародного стандарту безпеки PCI DSS. До того ж, вимоги стандарту поширюються на обладнання та сервери. Слід додати, що незалежно від місця розгортання надбудови, компанія-замовник зберігає повний контроль над налаштуваннями системи.

Оцінивши потреби банку та рівень розвитку його внутрішньої технологічної та обслуговуючої структури, процесінговий центр PayOnline

може надати як повний комплекс технологій та послуг, так і певний їх набір, який необхідний банку для надання повноцінних високоякісних послуг інтернет-еквайрингу великим гравцям ринку інтернет-комерції.

ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТА КОМП'ЮТЕРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ АВТОМАТИЗАЦІЇ БІЗНЕСУ

Лівенцова Я.

*Науковий керівник: Хорошилова І.О., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Сучасні інформаційні комп'ютерні технології, розроблені спеціально для підприємств, дозволяють значно спростити, оптимізувати і прискорити цілий ряд рутинних, специфічних для бізнесу операцій. В даний час для автоматизації підприємств використовують такі системи автоматизації: «R-Keeper», «IikoChain», «1С-Рарус», «UNISYSTEM Ресторан», «X - КАФЕ», «Microinvest Склад Pro» та інші.

Інформаційна технологія (ІТ) — процес, що використовує сукупність засобів і методів збору, обробки і передачі даних (первинної інформації) для отримання інформації нової якості про стан об'єкта, процесу або явища. Сучасна ІТ спирається на досягнення в області комп'ютерної техніки та засобів зв'язку.

На ранніх етапах історії для синхронізації виконуваних дій людині потрібні були кодовані сигнали спілкування. Людський мозок вирішив це завдання без штучно створених інструментів: розвинулася людська мова. Мова була і першим носієм знань. Знання накопичувалися і передавалися від покоління до покоління у вигляді усних оповідань.

Вельми важливою властивістю інформаційної технології є те, що для неї інформація не тільки продукт, але і вихідна сировина. Електронне моделювання реального світу на ЕОМ вимагає обробки істотно великого обсягу інформації, ніж містить кінцевий результат.

Зручність автоматизації та інформатизації процесів на підприємстві громадського харчування очевидна не тільки з точки зору «ведення справ», але і з позицій клієнтів, так як інформаційні системи дозволяють більш оперативно здійснювати розрахунки з відвідувачами, черговість обслуговування, забезпеченість пропонованого меню усіма необхідними інгредієнтами.

Попри громіздкість, як може здатися на перший погляд, кожний програмний продукт використовує мінімум ресурсів, оскільки вже на першому етапі проектування повністю спрямований для використання на ПК невеликої потужності. Таким чином, така перевага дає змогу пересічним користувачам швидко та зручно освоїти певний програмний комплекс у власних цілях.

Таким чином, тільки при формуванні грамотно розробленої концепції і послідовного комплексного впровадження всіх складових ресторанного бізнесу, однією з яких є інформаційні технології, гарантований успіх у розвитку діяльності підприємств ресторанного господарства.

Таким чином, ефективне управління як складна комплексна задача, вимагає оптимальної взаємодії різного роду ресурсів. Враховуючи сучасні тенденції розвитку економіки, інформаційні ресурси відіграють ключову роль в діяльності будь-якого суб'єкта ринкової економіки, забезпечуючи автоматизацію бізнес-процесів підприємства і більш чітке і гнучке управління.

Сучасні інформаційні технології здатні не тільки повністю задовольнити вимоги виробничих систем, але і виступають важливою передумовою їх розвитку. Світовий досвід розвитку сфери комп'ютерних технологій та інформаційних технологій за останні роки свідчить про істотне підвищення темпів їх розвитку в порівнянні з темпами розвитку виробничої сфери. Високі темпи впровадження інформаційних технологій сприяють збільшенню кількості обчислювальної техніки, використовуваної у виробничо-господарській діяльності підприємств усіх галузей.

Впровадження інформаційних технологій на підприємствах малого та середнього бізнесу полягає в процесі, комплексі заходів, спрямованих на використання інформаційних технологій для досягнення певної мети. Так, інформаційні системи і технології дозволяють оптимізувати і раціоналізувати управлінські функції за рахунок застосування сучасних засобів отримання, обробки і передачі інформації. Даючи загальну характеристику організаційної структури, можна виділити декілька положень, що визначають її значимість: організаційна структура фірми забезпечує координацію всіх функцій менеджменту; структура організації визначає права і обов'язки (повноваження і відповідальність) на управлінських рівнях; від організаційної структури залежить ефективна діяльність фірми, її виживання і процвітання; структура, прийнята в даній конкретній фірмі, визначає організаційну поведінку її співробітників, тобто стиль менеджменту і якість праці колективу.

ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Логвиненко В.І., Сімоненко К.Є.

Науковий керівник: Левченко Я.С., д.е.н., доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Для розвитку всіх без виключення секторів економіки кожної країни потрібні нові ідеї та впровадження новітніх технологій. Мова йде про інноваційний розвиток [1, 2].

Інновації назавжди змінили повсякденне життя і те, як ми працюємо. Дослідники всього світу однакові в тому, що швидкість цього розвитку не зменшиться, а навпаки – буде стрімкішою.

Забезпечення інноваційного вектору розвитку є фундаментом для галузевої продуктивності та її конкурентоздатності [3]. В епоху турбулентності лише розвиток інновацій є запорукою зростання економіки держави [4]. Інновації – це інструмент трансформації не тільки минулого десятиліття. Інноваційні капіталовкладення в широкому розумінні – це довгострокові та,

дуже часто, одноразові вливання з метою стимулювання генерування, підтримки розробки та забезпечення впровадження інновацій, їх практичного застосування з метою інноваційного розвитку в цілому. Ефективне генерування, керування та фінансування інноваційного вектору – це ті питання, які не втрачають свою актуальність, оскільки являються потужним двигуном розвитку всього людства [5].

Особливістю функціонування підприємств в сучасних умовах є жорсткість конкурентної боротьби. У зв'язку з цим особливого значення набувають проблеми, пов'язані з налагодженням комплексної системи управління інноваційною діяльністю на підприємстві. Саме тому основним завданням підприємства в сучасних економічних умовах є вирішення задачі інноваційного розвитку підприємства, розвитку його здатності протистояти несприятливим ситуаціям. Особливої гостроти набувають проблеми, пов'язані з впровадженням нововведень на рівні підприємства. Більшість українських менеджерів виявилися неготовими до роботи в конкурентноспроможному середовищі через відсутність практичного досвіду і теоретичних знань. Саме тому сьогодні особливу увагу потрібно звернути на мікроекономічні проблеми менеджменту інновацій. До того ж, за фінансової обмеженості більшості українських підприємств нівелювання негативних чинників в інноваційному управлінні може найкраще посприяти підвищенню конкурентоспроможності. Одним з основних чинників інноваційного розвитку підприємства, повинен стати механізм, який дозволяє відслідковувати виконання поставлених завдань у довгостроковій перспективі. Використання в механізмі системи показників підприємства, що включає фінансові показники, які характеризують ринкові чинники, які взаємодіють між собою, дозволить керівництву підприємства оцінювати темпи діяльності й виявляти можливі відхилення в стратегічних планах підприємства. Тому для довгострокового й безпечного функціонування підприємства необхідно розробити стратегію підприємства, що і буде основою його інноваційної діяльності [6].

Таким чином, основними завдання управління інноваційною діяльністю підприємства є формування пріоритетів його інноваційної діяльності, а також визначення потреби виробництва в інноваціях. Не менш важливим є визначення сфер застосування інновацій і їх вибір, що забезпечує максимальний ефективний ефект від застосування інновацій, забезпечення процесу створення і впровадження інновацій і його контроль.

Література:

1. Kazakhstan invests in science for economic growth. URL: <https://www.elsevier.com/connect/kazakhstan-invests-in-science-for-economic-growth> (дата звернення: 05.01.2022).
2. The Impact of Science: how research can be measured and spending maximized. URL: <https://www.elsevier.com/connect/the-impact-of-science-how-research-can-be-measured-and-spending-maximized> (дата звернення: 12.02.2022).

3. Kathoeffer, D.G & Leker, G., Knowledge transfer in academia: An exploratory study on the Not-Invented-Here Syndrome, The Journal of Technology Transfer 37(6), 2012.

4. Lopesa, A., 'Innovation management: a systematic literature analysis of the innovation management evolution', Brazilian Journal of Operations and Production Management, Vol. 13, No. 1, 2016, pp. 16–30, DOI: 10.14488/BJOPM.2016.v13.n1.a2.

5. A MODEL FOR EVALUATION OF INNOVATIVE UNIVERSITIES. Available from: http://www.likii.sg/sites/default/files/ecei2019/459-462_0.pdf DOI: <https://doi.org/10.35745/ecei2019v2.117> (дата звернення: 17.02.2022).

6. Зборовська О.М, Усик М.К. Формування механізму управління інноваційною діяльністю машинобудівних підприємств. Інвестиції: практика та досвід, 23, 2012. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/23_2012/7.pdf (дата звернення: 16.02.2022).

ПРОТЕКЦІОНІЗМ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ: РЕАЛІЇ 2022

Пронін А.Д.

*Науковий керівник: Левченко Я.С., д.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Розвиток кожного окремого сектору економіки – це розвиток кожної держави в цілому. Особливо коли мова йде про сільське господарство – галузь економіки, що призначена для забезпечення населення провізією і отримання сировини для промисловості. Галузь представлена практично у всіх країнах [1].

Сільське господарство нашої держави, за своєю масштабністю, посідає 2-ге місце в світі [2]. У нашій країні культурами засіяно майже 36 млн гектарів. На першому місці США, де засіяно 173 млн. гектарів, а після нашої країни (на 3-му місці) Франція, яка має 27,5 млн. гектарів засіяних площ (рис. 1).

Total size of fields, ha		Total number of fields	
376.8M		60M	
Countries ranking			
#	Country*	Size*	Number*
1	USA	173M	16M
2	Ukraine	35.9M	2M
3	France	27.5M	7M
4	Germany	18.2M	4M
5	Poland	14.8M	4M
6	Spain	13.9M	5M
7	United Kingdom	13M	2M
8	Romania	9.9M	2M
9	Italy	8.7M	3M
10	Belarus	7.7M	355K

Рисунок 1 – Кількість сільськогосподарських земель у світі [2]

На підтвердження цьому є також той факт, що Україна входить до ТОП-5 експортерів продовольства, а на початку 2021 року навіть посіла друге місце за

цим показником. «Українське сільське господарство та українське зерно «годує понад 400 млн. осіб у всьому світі» - повідомлення Верховної Ради України на офіційному Телеграм каналі від 16.03.2022 р. [3]. Відсутність українського зерна на світових ринках загрожує голодом сотням мільйонів людей в усьому світі [4].

Не дивно, що це одна з провідних галузей економіки України. Крім стабільного забезпечення населення країни якісним, безпечним, доступним продовольством, сільське господарство України спроможне на вагомий внесок у розв'язання світової проблеми голоду. В епоху турбулентних викликів (пандемія, військові дії та ін.) з метою протекціонізму сільськогосподарської промисловості уряд України затвердив зміни до надання фінансової державної підтримки аграріям під час посівної в 2022 році [5]. В рамках цього документу передбачено певні аспекти кредитування виробників сільськогосподарських товарів, бо саме останнє на початку року відіграє значну роль для виробництва валової продукції сільського господарства. Як зазначив Міністр аграрної політики та продовольства України Роман Лещенко, «результат усього сезону сільськогосподарських робіт залежить від того, наскільки якісно ми зможемо організувати проведення весняно-польових робіт». Тому Міністерство аграрної політики ініціювало урядовий документ щодо запровадження механізму надання державних гарантій таким виробникам сільськогосподарських товарів, і Уряд одноголосно підтримав та прийняв постанову «Про внесення змін до деяких актів Кабінету Міністрів України щодо забезпечення кредитної підтримки сільськогосподарським товаровиробникам» [5].

Протекціонізм сільськогосподарської промисловості України – це запорука забезпечення їжею близько 400 млн. осіб та засіб уникнення продовольчої кризи у всьому світі.

Література:

1. Сільське господарство. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D1%96%D0%BB%D1%8C%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B5_%D0%B3%D0%BE%D1%81%D0%BF%D0%BE%D0%B4%D0%B0%D1%80%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE (дата звернення: 05.02.2022).
2. Україна – європейський лідер по сільськогосподарських угіддях. Доведено за допомогою штучного інтелекту. URL: <https://uprom.info/news/agro/ukrayina-yevropeyskiy-lider-po-silskogospodarskih-ugiddayah-dovedeno-za-dopomogoyu-shtuchnogo-intelektu/> (дата звернення: 03.02.2022).
3. Україна входить до ТОП-5 експортерів продовольства. URL: <https://t.me/verkhovnaradaukrainy/10016> (дата звернення: 17.02.2022).
4. Комітет з питань аграрної та земельної політики: «Ми маємо уникнути світової продовольчої кризи». URL: <https://t.me/verkhovnaradaukrainy/10165> (дата звернення: 16.02.2022).
5. Уряд затвердив зміни до надання фінансової державної підтримки аграріям під час посівної. URL: <http://surl.li/bpkgc> (дата звернення: 05.02.2022).

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТА СТАБІЛЬНИЙ СОЦІАЛЬНИЙ РОЗВИТОК В УКРАЇНІ

Чупета Д.О.

Науковий керівник: Блага В. В., к.е.н., доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Викривлена система української економіки, де більша частина виробництва зосереджена в руках великого і дуже великого бізнесу, а більша частина населення працює або на нього, або на державу, яка виплачує мізерні зарплати своїм службовцям, зумовлює і викривлену систему розподілу суспільства за класами. Політичні та економічні кризи, що відбуваються в Україні, починаючи з проголошення незалежності, спонукають до активізації наукових досліджень у напрямку формування теоретичних уявлень щодо пошуку конструктивних шляхів їх вирішення та попередження в майбутньому розвитку. Важливою складовою цих досліджень є визначення особливостей формування середнього класу як соціальної бази демократичних перетворень.

Актуальність теми дослідження обумовлена тим, що становлення незалежної української держави, демократизація суспільства вимагають конкурентоспроможності, яка має підтримуватися постійними інноваціями. Загальновідомо, що основним генератором та носієм демократії й інноваційного процесу у суспільстві є його середній клас. Р. Даль пов'язував розвиток демократії з рівнем доходів населення, а С. Ліпсет, К. Сер та Д. Торрес дійшли висновку, що шанси для демократії зростають, знижуються та стабілізуються в залежності від рівня ВВП на душу населення.

Слід виділити основні фактори, що заважають нормальному розвитку українського середнього класу:

- 1) Зниження ціни праці, яка тягне бідність працюючих, неможливість підйому соціальної мобільності бідних працівників;
- 2) Надвисокий рівень тінізації економіки та суспільних відносин (зокрема, тіньова зайнятість і тіньові доходи), що обмежує розмір легальних доходів, можливість легально працювати, перешкоджає розвитку малого і середнього бізнесу, поглиблює соціальну напруженість;
- 3) Криза правової системи, яка привела до практики порушення закону владними інститутами і вищими посадовими особами, вибіркового застосування закону і формування недосконалого законодавства;
- 4) Коруптованість фактично всіх владних відносин і імітація боротьби з нею, які викликали непрозорість прийняття політичних і економічних рішень владними структурами, а також відсутність системного контролю за їх виконанням.

Становлення демократичної політичної системи неможливе без відповідних економічних передумов, а політичні рішення визначають ефективність функціонування економічної системи і зміни соціальної структури. У політології широко досліджується вплив рівня економічного розвитку на виникнення і подальший розвиток демократії. (Гіпотеза Лернера-

Ліпсета, згідно з якою успішне економічне зростання приводить до плюралізму та обумовлює виникнення демократичного політичного режиму. Середній клас - основний платник податків, оскільки більша частка податкових надходжень до державного бюджету йде від нього. Економічною опорою середнього класу виступає малий бізнес. Представники середнього класу - наймобільніша частина суспільства. Правильно збалансоване капіталістичне суспільство, яке має розвинені демократичні інститути, створює ґрунт для постійного зростання середнього класу. Проблема формування середнього класу пов'язана з проблемою відновлення соціальної стратифікації нашого суспільства. Затвердження реальної політичної незалежності неможливо без утворення стабільної вискоєфективної національної економіки. На економіку України руйнівний вплив мала загальна економічна криза, яка охопила СРСР, розпад загальносоюзного економічного комплексу. У момент проголошення незалежності економіка України виявилася немірною і деформованою: 95% підприємств підпорядковувалися Москві, майже 80% всього виробництва не мало завершеного технологічного циклу, лише 28% підприємств випускали товари народного споживання, екстенсивний шлях розвитку, науково-технічна та технологічна відсталість (термінової заміни вимагали 40% машин і устаткування), низька конкурентоспроможність і так далі. Сьогодні в Україні ми спостерігаємо ситуацію, коли частина населення, яка складає основу середнього класу, - представлена в критичній меншості. Так згідно з дослідженням Інституту Горшеніна, до середнього класу належать всього 8,9% населення країни. Всі проблеми ідентифікації українського середнього класу, впираються в те, що він досить не типовий, в порівнянні з заходом, складається з досить різнорідних таборів, кожен з яких окремо важко вкладається в Голдтроповську класифікацію. Так старий радянський середній клас (вчителів, лікарів) «за рівнем доходів не вписується в середній клас, але наявність прекрасної освіти не дозволяє віднести їх і до нижчого класу. Інший квазі-клас - це коло бізнесменів, які не знають мов, не вміють користуватися комп'ютером і так далі. Тут ситуація прямо протилежна: люди повністю вписуються в середній клас за доходами, але вибиваються за всіма іншими показниками». Ця гетерогенність характерна, в цілому для всього пострадянського простору.

Населення, яке ідентифікує себе як середній клас, надає велику значущість державній соціально-економічній політиці, має значну довіру до владних структур, державним соціальним гарантіям, цінує наявність постійної роботи, доступність до фахової освіти, стабільність життєвого рівня, інтелектуальний розвиток та професійний статус, можливість до самореалізацій. Становлення майбутнього потужного середнього класу необхідно пов'язувати з перспективами розвитку і особливу увагу слід приділяти проблемам молоді, формуванню демографічних передумов забезпечення цього процесу.

ГЕНДЕРНИЙ ПІДХІД В КОМЕРЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Шмирьов М.С.

Науковий керівник: Деділова Т.В., к.е.н., доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

В Україні існує чітко виражене гендерна нерівність у сфері економічної активності. Її основною причиною можна вважати не тільки професійну сегрегацію, при якій жінки зосереджені в найменш престижних галузях економіки та сферах діяльності, але і нерівне представництво на керівних посадах, коли жінки концентруються на найнижчих посадах з обмеженими можливостями професійного просування і нижче, ніж у чоловіків, оплатою праці в усіх без винятку галузях економіки.

Отже, питання гендерного аналізу підприємницької діяльності є набагато ширшим, аніж питання дотримання гендерної рівності в економічній діяльності, оскільки розглядає проблеми модернізації у напрямі справді демократичного і громадянського суспільного устрою, що конче необхідно Україні на сучасному етапі.

Проведене дослідження стану розвитку вітчизняного бізнесу зазначило практичну відсутність врахування гендерного аспекту у веденні комерційної діяльності суб'єктів господарювання, зокрема, й в тих сферах, де гендерні відмінності й стереотипи проявляються найбільшим чином (освіті, охороні здоров'я, спорті, сфері послуг тощо).

Діяльність комерційного підприємства пов'язана з реалізацією продукції і послуг кінцевому споживачеві. Предметом комерційної діяльності є не тільки продаж товарів, але і обслуговування та надання додаткових послуг покупцям. Для покупця якість послуги визначається іміджем підприємства, зручністю і мінімальними витратами часу на здійснення покупки.

Кінцева мета застосування комплексного гендерного підходу – досягнення гендерної рівності. Комплексний гендерний підхід повинен бути присутнім на рівні політики, програм і проектів на всіх етапах циклу програмування (розробка, планування, реалізація, моніторинг і оцінка).

Комплексний гендерний підхід передбачає дії, спрямовані на:

- здійснення гендерного аналізу з метою виявлення фактів нерівності між чоловіками і жінками, які необхідно усунути;
- забезпечення рівних можливостей для всіх і вживання гендерно-орієнтованих заходів у випадках явно вираженої нерівності;
- ініціювання процесу інституційних змін;
- розробку гендерного бюджету;
- проведення гендерного аудиту [1].

Урахування гендерних особливостей у здійсненні організації комерційної діяльності, а також вдосконалення на цій основі методичного забезпечення даного процесу дозволить підвищити ефективність діяльності підприємств в

цілому.

Взагалі всі заходи підвищення ефективності функціонування підприємств можна звести до трьох напрямків:

- управління витратами і ресурсами;
- розвитку й удосконалення виробництва та іншої діяльності;
- удосконалення системи управління підприємством.

Як бачимо, усі заходи підвищення ефективності роботи підприємства є взаємозалежними. Однак, важливого значення набувають чинники, визначені гендерним профілем, оскільки їх мобілізація передбачає визначення місця реалізації в системі управління комерційною діяльністю підприємства. Таким чином, процеси організації комерційної діяльності на підприємстві необхідно розглядати з точки зору обов'язкового врахування гендерного аспекту, що обумовлено існуванням їх особливостей у залежності від статі керівників, персоналу та споживачів продукції та послуг компанії.

Література:

1. Что такое гендер? URL: <https://goo.gl/o5ngK4> (дата звернення: 05.12.2021).

TƏHSİL SAHƏSİNƏ PANDEMİYANIN TƏSİRİ

Mustafayeva Gülnar Elton qızı

*Elmi rəhbər: Namazova Aynur Məhəmməd qızı, müəllim
Mingəçevir Dövlət Universiteti, Azərbaycan*

“Təhsil millətin gələcəyidir”

Heydər Əliyev

Dünyanı öz cənginə alan COVID-19 pandemiyası bütün dünyada ənənəvi şəraitdən tam fərqli bir situasiya yaratdı, sosial-iqtisadi prioritetlərə yenidən baxılmasını zəruri şərtə çevirdi. Azərbaycanın 2020-ci illə bağlı xüsusi inkişaf planları olsa da, qəfil müşahidə edilən pandemiya nəinki bu planların gerçəkləşməsinə səbəb oldu, hətta mövcud olan resursların və imkanların itirilməsi təhlükəsini yaratdı. Azərbaycan pandemiya dövründə ən uğurlu strategiya seçən ölkələrdən biri oldu. Azərbaycan Təhsil sahəsinə mənfi təsirlərin qarşısını almaq üçün Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin 30 yanvar 2020-ci il tarixli 35s nömrəli sərəncamı ilə təsdiq edilmiş "Azərbaycan Respublikasında yeni koronavirus xəstəliyinin yayılmasının qarşısının alınmasına dair Fəaliyyət Planı"nın icrası ilə bağlı Təhsil Nazirliyi tərəfindən Tədbirlər Planı hazırlayıb həyata keçirməyə başladı.

2020-ci il fevralın 28-də ölkədə ilk koronavirusa yoluxma halı tranzitlə keçən əcnəbi vətəndaşda qeyd olunduqdan dərhal sonra Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin 02 mart 2020-ci il tarixli, 81 nömrəli Qərarına əsasən Azərbaycan Respublikasının ərazisində koronavirus xəstəliyinin (COVID-19) yayılmasının qarşısının alınması, ölkə ərazisində yerləşən bütün təhsil müəssisələrində tibbi-

profilaktik, dezinfeksiyaedici və digər qabaqlayıcı tədbirlərin intensivləşdirilməsi məqsədilə 2020-ci il martın 3-dən tədris ilinin sonunadək Azərbaycan Respublikasının ərazisində fəaliyyət göstərən bütün təhsil müəssisələrində tədris, təlim-təbriyə prosesi dayandırılıb, bütün tədbirlər təxirə salındı. [1]

2020-ci ilin 03 mart tarixində Universitetimizdə (Mingəçevir Dövlət Universiteti) hərtərəfli tibbi-profilaktik və dezinfeksiya işləri aparıldı.

Pandemiya ümumilikdə dünyada tədrisin formatını dəyişdi.

2020-ci ilin martın 11-dən isə AR Təhsil Nazirliyinin təşəbbüsü və təşkilatçılığı ilə Azərbaycan Televiziyasının "Mədəniyyət" kanalı və "ARB Günəş" kanalı vasitəsi ilə teledərslərin keçirilməsinə başlandı. Sonradan teledərslər www.video.edu.az elektron portalında, Təhsil Nazirliyinin rəsmi "Facebook" sahifəsində, "Youtube" kanalında da yerləşdirildi ki, bu da şagirdlər üçün əlavə imkanlar yaratdı. Aprelin 2-dən "Virtual məktəb" layihəsinə start verildi.

AR Təhsil Nazirliyinin tövsiyəsinə uyğun olaraq, ali və orta ixtisas təhsili müəssisələrində Microsoft Teams platforması üzərindən ödənişsiz dərslərin təşkilinə başlandı, bütün heyət tədrisə cəlb edildi. Ali təhsil müəssisələrinin özlərinin daxili tədrisin elektron idarəedilməsi sistemi, Stanford Universitetinin "Coursera for Campus" proqramı (UNEC, BANM), "Blackboard Colloborate" proqramı (ADA), KOICA şirkətinin sistemi (AzTU), "ZOOM" və "Moodle", "Google classroom" və digər proqramların imkanlarından hazırda geniş istifadə olunmaqdadır. [1]

2020-ci ilin 17 mart tarixindən etibarən Mingəçevir Dövlət Universitetində (Azərbaycan) dərslərin online və offline rejimdə təşkilinə start verildi. İlk mərhələdə "ZOOM" platforması və "Videodərslər" kimi məsafədən təhsil texnologiyalarının imkanlarından istifadə edilməyə başlandı. Microsoft Teams platformasının tətbiqi müvafiq fənlər üzrə mühazirə mətnlərinin, təqdimatların, dərslük, dərslər vəsaitlərinin, sillabusların, təqdimatların, sərbəst işlərin mövzularını, imtahan suallarını və digər tədris materiallarını elektron formatda bütün tələbələrə çatdırılması imkanı yaratmışdır. Semestr ərzində professor-müəllim heyəti tərəfindən hazırlanan videodərslər <https://www.mdu.edu.az/az/> portalında yerləşdirilərək tələbələrin istifadəsinə verilmişdir. [3]

Koronavirus pandemiyasının təsirlərinin minimuma endirilməsi məqsədilə AR Nazirlər Kabinetinin "Sosial baxımdan həssas əhali qrupuna aid edilən ailələrin üzvü olan tələbələrin təhsil haqqı xərclərinin ödənilməsi barədə" 13 aprel 2020-ci il tarixli qərarı imzalandı. Həssas əhali qrupuna ünvanlı dövlət sosial yardım alanlar; hər iki valideynini itirmiş tələbə və ya tək valideyni olduqda isə həmin şəxs və ya qanuni nümayəndəsi I və II dərəcə əlilliyi olan şəxslər; işsiz kimi qeydiyyatda olanlar; yaşa görə əmək pensiyaçıları; yaşa görə sosial müavinət alanlar (<http://e-telebe.edu.az>) portalı vasitəsi ilə qeydiyyatdan keçərək verilən imkanlardan faydalanmışlar. [2]

Bir çox insanlar üçün distant təhsil ən gözəl çıxış yoludur. Belə ki, distant təhsilin texnologiyalardan istifadə, tədrisin açıqlığı, iqtisadi səmərə, məsafə, zaman məhdudiyyətinin olmaması, təhsilin kütləvililiyi, əhatəliliyi, elastiklik, keyfiyyətli təhsilə əlyetənlik, əlillərin və xüsusi qayğıya ehtiyacı olan insanların təhsil alma imkanı, iş və təhsil fəaliyyətinin paralel aparılması, onlayn platformalarda reallaşan ölkədaxili və beynəlxalq səviyyəli konfranslar, seminarlar, yarışlar, yaradıcılıq

müsabiqələri, sərgilər, "dəyirmi masa"lar və s. kimi məsələlərin həyata keçirilməsi baxımından üstünlükləri vardır.

DT-in çatışmazlıqları öyrənənlər və öyrədənlər arasında birbaşa canlı ünsiyyətin olmaması, praktik məşğələlərdə çatışmazlığın hiss olunması, təhsil pillələrində, xüsusilə ali təhsildə distant təhsil təcrübəsinin daha geniş tətbiq edilməsi, texnoloji təchizat və keyfiyyətli internet bağlantısının təmin edilməsi məsələlərinin həll edilməsi, yeni təhsilə forması ilə bağlı qanunvericilik bazasının təkmilləşdirilməsi vacib istiqamətlərdən biridir. Distant təhsil zamanı təhsilverənlər və təhsilənlər mükəmməl rəqəmsal bacarıqlara malik olmalıdırlar. Belə bacarıqların olmaması yüksək texnologiyalardan və müasir tətbiqlərdən istifadə imkanlarını məhdudlaşdırır, təhsilə və fəaliyyətə ciddi maneələr yaradır. Bu baxımdan əsas fəaliyyət istiqamətlərindən biri də rəqəmsal bacarıqların formalaşdırılmasına xidmət edən tədbirlərin əhatə dairəsinin genişləndirilməsi olmalıdır.

Pandemiya ilə əlaqədar evdə qalan şagird və müəllimlərə, eləcə də vətəndaşlara mənəvi-psixoloji dəstək məqsədilə AR Təhsil Nazirliyi tərəfindən 2020-ci ilin 06 aprel tarixindən 146-3 "Qaynar xətt" xidməti fəaliyyətə başlamışdır. Müraciət edən bütün şəxslərə peşəkar psixoloji dəstək göstərilmiş, tövsiyələr verilmişdir.[1]

Pandemiya dövründə fədakarlıq göstərən peşə sahibləri insanların sağlamlığını təmin edən həkimlərlə yanaşı, şəxsi qaygılarını kənara qoyaraq təhsilin fasiləsizliyini təmin edən müəllimlər oldu. Müəllimlər ən müasir elektron sistemlərdən, platformalardan istifadə edərək onlayn dərslər təşkil etdilər, proqram materiallarının mənimsənilməsinə səy göstərdilər, şagirdləri-tələbələri ilə ünsiyyətdə oldular və tədris ilinin uğurla davam etdirilməsinə zəmin yaratdılar.

Ədəbiyyat:

1. <https://edu.gov.az/az/news-and-updates/18449>
2. <https://www.e-telebe.edu.az/tm/account/login>
3. <https://www.mdu.edu.az/az/>

TİKİNTİ SƏNAYESİNDƏ POLİMER MATERIALLARDAN İSTİFADƏNİN TƏHLÜKƏSİZLİYİNİN QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ

Nəsimova Günay Namiq qızı
Mingəçevir Dövlət Universiteti, Azərbaycan

Müasir dövrdə demək olar ki, əsasən polimer materialların gigiyenikoloji xassələri bir sıra tədqiqatçı alimlər tərəfindən öyrənilmişdir. Lakin qeyd etmək lazımdır ki, hazırda 1000-dən çox adda müxtəlif polimer materiallarından istifadə edilir. Bu materiallara polimer döşəmə materialları, divarların bəzədilməsi üçün materiallar, dam örtüyü, arakəsmələr və divarlar üçün olan istilik izolyasiya materialları, binaların daxili və xarici interyerinin bəzədilməsi üçün olan materiallar, pəncərə və qapıların hazırlamasında işlədilən materiallar, müxtəlif növ mastikalar, aradoldurucular, laminat və asma tavanlar üçün materiallar və s. aid edilir. Bununla yanaşı, müasir istehlak bazarına daxil olan polimer materiallarının çeşid

nomenklaturası daim yenilənir və artır. Qeyd etmək lazımdır ki, son dövrlərdə yerli istehsal müəssisələrində istehsal olunan polimer tərkibli inşaat materialları ilə yanaşı yaxın və uzaq xarici dövlətlərdən istehsal texnologiyası və sanitariya-gigiyenik göstəriciləri tam məlum olmayan geniş çeşiddə polimer inşaat materialları daxil olur. Polimer materialların inşaat sənayesində belə geniş tətbiq edilməsinin əsas səbəbi bu materialların əsas xassə göstəricilərinin təbii materiallarla müqayisədə daha yüksək olmasıdır. Polimer materiallar aşağı sıxlığa malik olmasına, korroziyaya qarşı davamlı olmasına, yüksək dərəcədə istiliyi, səsi və elektriki izolyasiya qabiliyyətinə malik olmasına, istehsal və daşıma zamanı az istehsal xərclərinə malik olmalarına görə təbii materiallardan seçilir. Polimer materialları elə materiallardır ki, onların çoxkomponentli tərkibini dəyişməklə qabaqcadan planlaşdırılmış istənilən xassə göstəricilərinə malik material almaq mümkündür. Bu materiallar asanlıqla boyanır, istənilən təbii materiallara (zəngin teksturlu ağac cinslərinə, təbii daş və mərmər və digər dağmaddədən süxurlarına) asanlıqla oxşadılır. Bütün bunlarla yanaşı, polimer əsaslı inşaat materiallarının bəzi çatışmayan cəhətləri də vardır. Bu çatışmazlıqlar içərisində ən əsası istisna və saxlama zamanı polimer materialların tərkibindən istismar olunduğu mühitə ekoloji tarazlığı poza bilən və insan orqanizminə mənfi təsir göstərən müxtəlif maddələrin, toksikoloji təsir göstərən birləşmələrin ayrılması hesab edilə bilər. Polimer inşaat materiallarının istehsalında istifadə edilən qatranların və onların tərkibinə qatılan digər komponentlərin – plastifikatorlar, doldurucular, stabilizatorlar, rəngləyici materiallar, aşqarlar, həlledicilər, bərkidicilər, məsamə əmələgətiricilər, xüsusi təyinatlı əlavələr və s. növündən asılı olaraq müxtəlif tərkibli aşağımolekullu birləşmələrə sintetik qatranların alınması zamanı reaksiyada iştirak etməyən sərbəst monomerlər və digər komponentlərin tərkibindən ayrılan aşağımolekullu birləşmələr daxildir. Bunlara misal olaraq formaldehid, stirolu, fenolu, benzo, asetonu, etilasetat, butilasetat, etilbenzo, ksilolu, toluolu, butanolu, heksanolu, xrom, nikel, kobalt birləşmələrini göstərmək olar. Mütəxəssislər tərəfindən aparılan çox saylı tədqiqatların nəticələri göstərir ki, inşaat sənayesində işlədilən bütün polimer materialların öz tərkibindən ətraf mühitə, insan orqanizminə bu və ya digər səviyyədə mənfi təsir göstərən texnoloji kimyəvi maddələr ayrılır. Hal-hazırda inşaat təyinatlı polimer materialların əksər hissəsi polivinilxlorid qatranlar əsasında hazırlanan binaların daxili və xarici interyerinin bəzədilməsində işlədilən yuyucu divar kağızları, döşəmə materialları, linoleumlar, laminat və müxtəlif formalı piltələr, plyonka materialları pəncərələr və s. bu kimi materiallardır.

Polimer materiallarının insanlar üçün gigiyenik təhlükəsizliyi sanitariya-gigiyenik xarakteristikaların kompleksi ilə təyin edilir. Bu kompleks polimer materiallarının insan sağlamlığı üçün yaratdığı potensial təhlükə ilə, material və konkret təyinatlı məmulata qoyulan gigiyenik tələblərlə müəyyən edilir. Materialın təhlükəsi ətraf mühitin çirklənməsi, məsələn, otağın havasının çirklənməsi, yaxud insanla bilavasitə kontaktda olması hesabına aşkarlana bilər. Sanitar-kimyəvi xarakteristikaların kompleksi polimer materiallardan ayrılaraq insanların nəfəs aldığı mühiti çirkləndirən maddələrin təhlükəsi ilə müəyyən edilir. Polimer inşaat materiallarının, xüsusilə ilk növbədə bəzək materiallarının səthi ilə kontaktda olan mühitin çirklənməsi sürtünmə hesabına yaranan qaz halında olan maddələr və bərk toz hissəcikləri hesabına baş verir. Bu halın yaranması emissiya prosesinin, tərkibində uçucu birləşmələr olan

materiallardan miqrasiyanın baş verdiyindən xəbər verir. Bu proses istismar şəraitindən, yüksək temperaturdan, radiasiyadan, mexaniki təsirdən və s. asılı olaraq güclənə bilər. Beləliklə polimer materialı ilə kontaktda olan mühitin özü miqrasiya birləşmələrinin yaranmasına səbəb olan reaksiya yarada bilər. Bu zaman ikinci (təkrar) çirkləndirici adlandırılan maddələr yaranır ki, bunlar da insanlar üçün zərərli ola bilər. Maddələrin materialın tərkibindən miqrasiyası - mürəkkəb çoxmərhləli prosesdir, bu prosesin davam etməsi bir-neçə saatdan başlamış aylarla, hətta illərlə davam edə bilər. Mühitlə təmas sərhəddində maddənin materialdan miqrasiya etməsinin sürəti, həmin maddənin materiala diffuziya sürətindən, onun kristallaşma dərəcəsi, digər struktur və istismar-texniki xassələrdən asılıdır. Bağlı otaqda polimer materialların təhlükəsizliyini qiymətləndirən zaman həmin materialdan atmosfərə ayrılaraq bilən maddələr üçün müəyyən olunmuş zərərli maddələrin yol verilən konsentrasiyası (ZMYK) həddi praktiki olaraq qiymətləndirilir. Lakin, belə qiymətləndirməni optimal hesab etmək olmaz, belə ki, bağlı otaqlarda hava atmosfer havasından əhəmiyyətli dərəcədə fərqlənir (məhdud həcm, "kənarlaşma" imkanının olmaması, kimyəvi maddələrin material tərəfindən udulması və sonradan tərkibdən ayrılması və s.). Son tədqiqatlar göstərdi ki, yaşayış yerlərinin tikintisində inşaat materiallarını seçən zaman nəzərə almaq lazımdır ki, həmin materiallardan atmosfərə ayrılan zərərli maddələrin yol verilən konsentrasiyası həddi onların kumulyativ xassələrinə uyğun olaraq yüz dəfələrlə azaldılmış olsun. Nəzərə almaq lazımdır ki, material hazırlandıqdan sonra ilkin mərhələdə zərərli maddələrin ayrılması daha çox intensivdir və istehsalatdan yeni çıxmış materialda bu maddələrin ayrılması konsentrasiyasını bilməklə mənzillərdə sakinlərin yaşayış anında otağın havasında onların miqdarını əvvəlcədən təyin etmək olar. Polimer materiallarının insan orqanizminə xoşagəlməz təsiri əsasən mənzillərin istismarı zamanı həmin materiallardan və məmulatlardan ətraf mühitə ayrılan zərərli maddələrlə şərtlənir. Bunun qarşısını praktiki olaraq həmin material və məmulatı yaşayış yerindən kənarlaşdırmaqla almaq mümkündür. Belə təsirlərdən qaçmaq üçün artıq tikintinin layihələndirilməsi mərhələsində düzgün seçim etmək lazımdır, və layihəyə yalnız insan üçün təhlükəsiz olan materialları daxil etmək lazımdır, başqa sözlə desək, tərkibində hətta minimal həddə insan həyatı üçün təhlükəli maddələr olan materiallardan imtina etmək lazımdır. Bu isə öz növbəsində inşaat materialları istehsalçıları düzgün istiqamətləndirmiş olar və yalnız ekoloji təmiz materialların buraxılmasına stimullaşdırar.

Ədəbiyyat:

1. N.A.Qoloqonyev. Ümumi sənaye toksikologiyasının əsasları. Moskva 2001
2. R.M. Xasıyev. Sənaye toksikologiyasının əsasları. Bakı.2007
3. Проблемы экономической безопасности: глобальные и региональные аспекты: монография. Челябинск: Южно-Уральский гос. ун-т, 2018.

Секція 3
***Підприємництво як фактор економічного розвитку
національної економіки***

**HUMAN RESOURCE AS A FACTOR IN THE SUCCESSFUL
DEVELOPMENT OF THE NATIONAL ECONOMY**

Yaroshenko Bogdana
Supervisor: Angela Popova, Ph.D., Associate Professor
Kharkov National Automobile and Highway University

Recently, in working with personnel, the market approach has been prevailing, in which labor is considered as a product of marketing: labor, its conditions, the jobs themselves. In this case, two main concepts were used.

The first talks about considering the tasks of the staff as marketing in a general sense. That is, the staff is considered as an internal and external client of the organization. The purpose of this attitude to the staff is the optimal use of human resources by creating the most optimal working conditions that will increase the efficiency of each individual employee, creating a partner in his person and a favorable attitude towards the enterprise. So, this concept is somewhat consonant with the cooperatives known in Soviet times. Usually, this method is new in our country, it is becoming more and more widespread, especially among companies working with foreign economic activity.

Another concept refers to a more "narrow" analysis of external and internal factors of influence, as well as the development and implementation of personnel measures.

Mainly, what distinguishes these two principles is the definition of personnel management as part of personnel policy in relation to personnel, implemented through the development of a target system, business assessment, career management, motivation, encouragement, etc. But another principle distinguishes this activity in a separate list of works, not included in the task of the personnel service.

These two concepts generally implement one type of activity, however, what remains in common is that this is a set of interrelated actions for the formation and implementation of an action plan for personnel.

The initial data for the above actions is the analysis of external and internal factors influencing the enterprise. So the following conditions of the organization are considered external factors as the object of management cannot introduce changes, while taking into account the need to correctly determine the quantitative and qualitative needs for personnel, the possibilities of satisfying these needs are considered no less important. The external factors that determine the content of personnel marketing include the following factors: the development of technology, the development of legislation, the characteristics of social needs, the personnel actions of competing firms, the general economic situation in the country.

The use of the following factors of influence provides additional opportunities

for the effective use of the existing human resources of the enterprise.

It is necessary to develop practical recommendations for working with personnel, as well as to identify and resolve issues in this aspect of the enterprise. Comprehensive measures in the selection, training and placement of personnel are an important factor in increasing work efficiency, especially in industries where high technologies are used.

So we can conclude that personnel management is an important "puzzle" in the overall "picture" of company management. So there are principles that determine the success of this process: the use of the personal potential of each worker through an attentive attitude to the needs, motives, values of this individual. An appropriate attitude will lead to the complex activity of the worker as a subject of production activity and more efficient use of his knowledge, skills, qualifications in achieving the goals set at the enterprise (in this aspect, the strategic goal of the organization is understood).

Summarizing the above, we can conclude that in modern conditions of globalization, human potential is an important factor in increasing the efficiency and competitiveness of an enterprise. A person with a high level of professional training is an important component of the success of the enterprise in the current and long term, as well as an important factor in the development of the organization. Therefore, the possibility of creating this competitive advantage is the process of vocational training to eliminate shortcomings in the production activities of the enterprise as a whole, while an additional bonus is the reduction of "staff turnover".

ЗМІСТ ПЛАНУ МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНОГО ПОСТАЧАННЯ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ЙОГО ВИКОНАННЯ

Ананенко А. С.

Науковий керівник: Непран А. В., к.е.н., доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Під матеріально-технічним постачанням розуміється сукупність організаційних і технічних заходів, що забезпечують своєчасну доставку підприємству матеріальних цінностей (сировини, матеріалів, палива і т. д.), необхідних для нормальної та ритмічної роботи виробництва, в обсягах, передбачених за планом.

Робота з організації та планування матеріально-технічного постачання на підприємстві полягає у визначенні потреби в сировині та матеріалах, організації їх отримання від постачальників, приймання, зберігання та передачі у виробництво. При цьому основними завданнями всіх ланок служби матеріально-технічного постачання є:

- своєчасне постачання виробничих одиниць, цехів та ділянок необхідною сировиною, матеріалами та паливом відповідно до встановленого плану постачання;

- правильна організація зберігання матеріальних цінностей, зниження їх втрат при зберіганні, виявлення та скорочення наднормативних запасів матеріалів;

- економне використання сировини та матеріалів на всіх стадіях виробництва;

- постійне зменшення витрат, пов'язаних з організацією постачання та збуту продукції підприємства, у тому числі за рахунок виключення далеких перевезень та більш раціонального використання транспортних засобів.

У річному плані постачання визначається потреба виробничого підприємства у сировині та матеріалах на запланований рік та джерела покриття цієї потреби. За найважливішими позиціями план розробляється на рік із розбивкою по кварталах.

Вихідним документом, основі якого розраховують кількість матеріальних ресурсів, є виробнича програма. Потреба в сировині та матеріалах на випуск продукції визначається, виходячи з планових норм витрати на одиницю продукції, помножених на плановий випуск готової продукції.

В основі плану є матеріально-технічного забезпечення є встановлення планових норм витрат сировини, матеріалів на виробництво продукції. Норми витрати матеріалів служать визначення потреби у матеріалах розробки планів матеріально-технічного постачання, встановлення лімітів відпустки матеріалів цехам і контролю оптимального їх витрати, для калькулювання собівартості продукції. У загальному вигляді структура норми витрат матеріалів може бути виражена формулою [1, с. 245]:

$$A_m = q_c + \sum (q_1 - q_{1_{вик}}) + \sum (q_2 - q_{2_{вик}}),$$

де q_c — корисна чи чиста витрата матеріалу;

q_1 — загальна сума технологічних відходів та втрат матеріалів;

$q_{1_{исп}}$ — частина технологічних відходів, що використовується;

q_2 — інші техніко-організаційні відходи та втрати;

$q_{2_{исп}}$ — використовується частина інших техніко-організаційних відходів.

Щоб правильно розрахувати матеріальні ресурси, виробнича програма має бути конкретизована з достатньою повнотою. З цією метою на підприємствах розробляється план випуску виробів у розгорнутому асортименті із зазначенням видів розфасовки. У плані матеріально-технічного постачання підприємства важливе місце займає забезпечення виробництва тарою та такопакувальними матеріалами. До тари та таропакувальних матеріалів відносяться всі види упаковок, що забезпечують збереження готових виробів при їх транспортуванні та зберіганні.

Розробка плану матеріально-технічного постачання повинна ґрунтуватися на плані виробництва та випуску продукції, на прогресивних нормах витрачання матеріалів та на організаційно-технічних заходах, запроектованих на майбутній період, по економії матеріалів, заміні дорогих та дефіцитних

матеріалів, звільнення від імпорту, утилізації відходів, ліквідації втрат у використанні матеріалів, скорочення запасів матеріалів.

Планова система матеріально-технічного постачання дає можливість підприємству найбільш доцільно використовувати матеріальні ресурси і найкраще маневрувати ними.

Література:

1. Логістика: навчальний посібник для студентів галузі знань 0306 "Менеджмент і адміністрування" всіх форм навчання / К. В. Мельникова, Т. О. Колодізева, О. В. Авраменко та ін. ; за заг. ред. докт. екон. наук, професора Ястремської О. М. – Х. : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2015. 272 с.

СУТНІСТЬ КРИПТОВАЛЮТИ ТА ІСТОРІЯ ЇЇ ВИНИКНЕННЯ

Ананенко А.С.

*Науковий керівник: Нестеренко В.Ю., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

XXI століття - це епоха сучасності, епоха бурхливого розвитку науки, техніки, високих технологій та інтернету. Формується суспільство, де все переходить у цифровий формат - наші взаємозв'язки, медичні картки та звичайно ж гроші. Тож це все і посприяло до появи нового виду фінансів - криптовалют.

Криптовалютою називають систему віртуальних, цифрових грошей, що фактично є математичним кодом. Має вона таку назву через те, що при обігу цифрових коштів використовуються криптографічні елементи, а саме електронний підпис. Одиницею такої валюти є «coin», тобто монета [1].

Основною відзнакою таких монет є те, що вони не мають фізичного перевтілення. Кожна монета добувається, обліковуються та зберігається виключно у мережі. Приставка «крипто» означає технологію шифрування, завдяки чому підробити або викрасти монету майже неможливо.

Основні переваги та недоліки криптовалют наведено у табл. 1.

Таблиця 1 - Переваги та недоліки криптовалют як об'єкта інвестування

Переваги	Недоліки
Захищеність (технічна неможливість підробки, складність викрадення з приватного гаманця)	Відсутність регулювання зумовлює відсутність захисту інвесторів
Віртуальність (не потребує використання ресурсів для виготовлення, не потребує особистого контакту для обміну)	Легко втратити кошти (наприклад, забути пароль до особистого кабінету)
Прозорість транзакцій (інформація щодо всіх платежів назавжди	Незворотність операцій (у разі помилки транзакцію неможливо

Переваги	Недоліки
зберігається в блокчейні)	повернути)
Рахунок неможливо заблокувати або відмовити в обслуговуванні	
Децентралізація: менший ризик втрат коштів у разі зламу, хакерської атаки	
Незалежність	
Не має обмежень у часі, місці та сумі переводу	

Поки що головною перевагою криптовалюти є абсолютна незалежність. Вона не підлягає жодному з урядів чи фінансових інститутів. В системі обігу криптовалют відсутні посередники та бюрократія.

Динаміка росту чи падіння криптовалют залежить від більшості факторів, основними з яких є:

- збільшення кількості покупців чи продавців приймаючих криптовалюту до розрахунку;
- плани та дії тих чи інших держав щодо легалізації чи заборон глобальних криптовалют;
- готовність інвесторів вкладати у криптовалюту гроші.

Література:

1. Деякі аспекти обігу криптовалют: сучасний зарубіжний досвід правової регламентації. URL: <http://www.pgp-journal.kiev.ua/archive/2018/8/42.pdf> (дата звернення 07.12.2021).
2. Феномен биткоина: регулирование финансовых рынков и прогнозы. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/fenomen-bitkoina-regulirovanie-finansovyh-rynkov-i-prognozy> (дата звернення 07.12.2021).

ПЕРСПЕКТИВИ ВИРОБНИЦТВА БІОГАЗУ В УКРАЇНІ

Довгопол О.Ю.

*Науковий керівник: Шевченко І.Ю., д.е.н, доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

В умовах наростання економічної нестабільності, викликаній активною боротьбою ключових гравців світового політичного простору за енергоносії, а також щорічно зростаючих тарифів на тепло- й електроенергію та паливо для суб'єктів господарювання в Україні, як ніколи раніше актуальними є розробка та впровадження у виробничий процес альтернативних джерел енергії, серед яких доцільно виділити біогаз.

Біогаз – це газ, який утворюється при мікробіологічному розкладанні біомаси чи біовідходів під впливом 3-ьох видів бактерій: гідролізних,

кислотоутворюючих і метанотвірних. Виробництво біогазу має значний не лише економічний (скорочення витрат на енергоносії), а й економіко-екологічний ефект, який, в першу чергу, полягає у скороченні викидів метану до атмосферного повітря за рахунок абсорбування у біогазовій установці й отриманні органічних добрив, які є більш безпечними для ґрунтів і ґрунтових вод, ніж штучні добрива [1].

Виробництво біогазу, яке може широко застосовуватися національними виробниками, є вкрай важливим напрямком зменшення їх енергетичної залежності від зовнішніх джерел енергії.

Відповідно до даних компанії «Biteco» [2] найбільш енергоефективними (за критерієм насиченості отримуваного біогазу) видами сировини для виробництва біогазу є: у групі субстратів «Силос і енергетичні культури» – силос рапсу (CH₄ = 55,9%), силос червоної конюшини (CH₄ = 55,3%), силос червоної конюшини (2-й укіс) (CH₄ = 55,2%), силос конюшини (1-й укіс, початок цвітіння) (CH₄ = 55,1%); у групі субстратів «Коренеплоди, зерно, насіння» – рапс (CH₄ = 65,7%), соняшник (CH₄ = 63,5%), горох (CH₄ = 55,0%); у групі субстратів «Овочі» – цибуля (CH₄ = 65,0%), цибульна шкірка (CH₄ = 65,0%), цвітня капуста (CH₄ = 56,0%), свіжий гарбуз (CH₄ = 55,8%); у групі субстратів «Жир, олія» – жир (CH₄ = 68,0%), льняна олія (CH₄ = 68,0%), рапсова олія (CH₄ = 68,0%), соняшникова олія (CH₄ = 68,0%), соєва олія (CH₄ = 68,0%); у групі субстратів «Відходи тваринництва» – свіжий курячий послід (CH₄ = 65,0%), рідкий свинячий навіз (CH₄ = 60,0%), свинячий навіз з підстилкою (CH₄ = 60,0%); у групі субстратів «Відходи харчової промисловості» – казеїн (CH₄ = 69,1%), відходи сироварень (CH₄ = 67,5%), кукурудзяний глютен (CH₄ = 66,0%), цільне коров'яче молоко (CH₄ = 62,8%), варені пивні дріжджі (CH₄ = 62,1%), соняшникова мука (CH₄ = 61,3%), соєва мука (CH₄ = 61,2%), сухі пивні дріжджі (CH₄ = 61,0%). Як бачимо, найбільш енергоефективними видами сировини для виробництва біогазу є органічні речовини, зокрема їх відходи.

Україна нині не належить до передових країн світу в контексті утилізації відходів. Як свідчать актуальні дані Державної служби статистики України [3], наразі в середньому по Україні утилізується 21,7% утворених відходів. Вказаний рівень варіюється за регіонами: від 0,2% у Закарпатській області до 81,7% у Хмельницькій області.

Тобто виробництво біогазу в Україні частково сприятиме вирішенню питання активізації утилізаційних процесів і вторинного використання відходів сільськогосподарського виробництва та відходів харчової промисловості. А виходячи з вище наведеного визначення біогазу, додатковими економіко-екологічними ефектами, окрім альтернативного джерела енергії, є скорочення викидів метану та отримання більш безпечних органічних добрив.

На сьогодні річний потенціал виробництва біогазу з відходів органічних речовин в Україні прийнято оцінювати у 7,8 млрд куб. м, що становить близько 25% споживання природного газу (рис. 1).



Рисунок 1 – Потенціал виробництва біогазу з відходів органічних речовин в Україні, млн куб. м [4]

Відповідно, можна зробити однозначний висновок, що перспективи виробництва біогазу в Україні є значними, а їх реалізація сприятиме суттєвому зменшенню енергозалежності держави.

Література:

1. Біогаз. Матеріали з Вікіпедії – вільної енциклопедії. URL: http://uk.wikipedia.org/wiki/_Біогаз
2. Выход газа из различного сырья. Официальный сайт кампании «Biteco». URL: <http://www.biteco-energy.com/vygod-biogaza-iz-razlichnogo-syrya>
3. Довкілля України: статистичний збірник / За редакцією Олега Прокопенка. К.: Державна служба статистики України, 2021. 189 с.
4. Для чого Україні біогаз. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2020/05/12/660303>

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

Іванов Є.В.

*Науковий керівник: Кирчата І.М., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

На сучасному етапі розвитку суспільства управлінська діяльність зазнає суттєвих змін як за своїм змістом, так і за технологією. Ці зміни пов'язані не тільки з корінною перебудовою форм і методів управління, а й з підвищенням рівня цифровізації суспільства.

Поява сучасної техніки й технології збирання та обробки управлінської інформації викликала необхідність вивчення й осмислення їх суті, місця й ролі в управлінському процесі, сприяє якісним змінам механізму управління.

Якісне виконання управлінських функцій можливо при наявності: інформації про керований об'єкт і його зовнішнє середовище; засобів відображення інформації; зв'язку між діями користувача й реакції об'єкта на ці дії; можливості однозначної реалізації керуючого впливу; зворотному зв'язку й меті керування.

В свою чергу, розробка концепції інформаційного забезпечення механізму управління складної системи повинна здійснюватися на основі загальних принципів проектування її інформаційної системи, що ґрунтується на моделі бізнесу, тобто, звільненому від другорядних деталей схематичному описі діяльності системи, що дозволяє: формалізувати бізнес функції й регламентувати структуру бізнес процесів, що відбуваються у системі; визначити припустимі й неприпустимі послідовності дій виконавців, що працюють із інформаційною системою; фіксувати логічні взаємозв'язки даних відповідно до яких зміна якої-небудь інформації викликає послідовність погоджених змін.

Створення інформаційного забезпечення механізму управління організаційною стійкістю складної системи повинне вирішуватися комплексно, з урахуванням наступних аспектів: організаційного (принципи організації інформаційної системи й взаємодії її елементів); технологічного (методи обробки інформації й технологія реалізації цих методів); технічного (можливості обчислювальних засобів й організаційної техніки).

Важливим завданням користувачів всіх рівнів є виконання робіт з керування ресурсами, що направляють на підвищення її стійкості і регулювання у випадку виникнення відхилень від запланованих параметрів. Тому оптимальна організація інформаційного забезпечення є одним з основних факторів, що визначають ефективність керування в цілому. Обсяг інформації, необхідний користувачеві для реалізації зазначених робіт і прийняття управлінських рішень, є його інформаційною потребою. Інформаційна база системи інформаційного забезпечення повинна забезпечити правильний вибір первинних відомостей, джерел інформації та показників, що формуються в процесі реалізації механізму управління складних систем.

Удосконалення інформаційної системи управління пропонується проводити за наступними основними напрямками: розширення системи управлінської інформації, що базується на існуючих формах статистичної фінансової звітності, додатковими інформативними показниками, що дозволить комплексно оцінити організаційну стійкість на основі розрахунку всіх груп часткових та інтегральних показників; модифікація розширеної системи управлінської інформації з метою застосування запропонованих моделей управління організаційною стійкістю ВГС; коригування показників розширеної та модифікованої інформаційної бази, що дозволить підвищити ступінь її достовірності та інформативності.

Підвищення ефективності роботи будь-якої організації пов'язане з удосконаленням внутрішніх взаємозв'язків та з інтенсифікацією виконання окремих управлінських операцій. Поняття «інформаційне забезпечення» більше відповідає розумінню забезпечення, як створення підтримки відповідних

організаційно-функціональних характеристик системи управління. Існують об'єктивні причини для виділення двох значень поняття «інформаційне забезпечення»: як забезпечення системи управління сукупністю інформації; як діяльність, що пов'язана із засобами збирання, реєстрації, передачі, зберігання, опрацювання та представлення інформації. Обидва значення поняття інформаційного забезпечення нерозривні. Отже, можна визнати, що інформаційне забезпечення системи управління — це поєднання всієї використовуваної у ній інформації, специфічних засобів і методів її обробки, а також діяльності фахівців з її ефективного удосконалення та використання.

МОЖЛИВОСТІ, ЗАГРОЗИ ТА ГОЛОВНІ СКЛАДНОСТІ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

Ізотова Ю.Р.

Науковий керівник: Нестеренко В.Ю., к.е.н., доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Сьогодні існує досить багато прогнозів у сфері перспектив цифрової трансформації. Так, за оцінками MacKinsey, реальними перспективами галузевого розвитку цифрової економіки є:

- підвищення продуктивності праці за рахунок автоматизації робіт - на 45-55%;
- зменшення простоїв обладнання - на 30–50 %;
- зниження витрат на технічне обслуговування - на 10-40%;
- скорочення часу виходу на ринок — на 20–50 %.

Згідно з проведенням компанією Cisco аналізу, вплив цифровізації буде в 10 разів перевищувати вплив Інтернету. International Data Corporation (IDC) оцінює економічну цінність цифрової трансформації в 20 трлн дол., або більше 20% валового внутрішнього продукту [1].

Не менш «мотивуючими» можуть виявитися і ризики для підприємств, які не ініціювали своєчасне зростання своєї цифрової зрілості. Поява «цифрових руйнівників» (Digital Disruptors) та «цифрових вампірів» докорінно змінило правила гри у різних галузях і призвело до втрати конкурентоспроможності багатьох компаній. Тим не менш, дослідження Cisco [2] показало, що багато хто фірми, як і раніше, недооцінюють небезпеку руйнування цифрових технологій і, отже, можуть бути недостатньо підготовлені до негативних наслідків, які вже випали на долю багатьох компаній у сфері технологій, медіа, розваг, роздрібної торгівлі та інших секторах.

Розуміння необхідності цифрових перетворень є першим кроком на шляху зростання цифрової зрілості підприємства.

Дослідження таких лідерів думок, як McKinsey та Harvard Business Review, показали, що до 70% проєктів у галузі бізнес-трансформації та цифрової трансформації провалюються. Але якщо почати розбиратися, стає зрозумілим, що проблема не в сучасних технологіях і не в бізнес-інноваціях.

Причина неспіху полягає в поганому плануванні, недоліках у комунікації, слабкій стратегії змін, а також у спільній нездатності керівників на різних рівнях конструктивно залучити до проекту всі команди, які стосуються змін. Іншими словами, із трьох згаданих основних аспектів цифрової трансформації, про «культурну трансформацію» говорять найменше, але насправді вона часто виявляється найважливішою.

У 2020 році компанія Oxford Economics провела масштабне дослідження, в якому взяли участь понад три тисячі керівників із 10 найбільших у світі галузей. Один із головних висновків: ефективне ведення бізнесу можливе у тому випадку, коли всі частини компанії, включаючи зовнішніх партнерів та клієнтів, є гнучкими та взаємопов'язаними. Керівники повинні забезпечити поширення високоякісної інформації всередині бізнес-екосистеми, щоб усі учасники, взаємодіючи, могли наближати досягнення цілей компанії.

Література:

1. Інвестування у стабільний дохід URL: <https://wezom.com.ua/blog/cifrovaya-transformaciya-pomogaet-rasti-biznesu> (дата звернення 05.12.2021);
2. Недоліки та переваги трансформації URL: <https://www.capgemini.com/> (дата звернення 27.12.2021).

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРОГРАММЫ В РЫНОЧНЫХ УСЛОВИЯХ

*Кайрат Диана
КазАДИ им.Л.Б.Гончарова, г.Алматы, Казахстан*

На современном этапе развития экономики страны на первый план выдвигается проблема повышения эффективности производства. Успешное решение этой проблемы создает благоприятные условия для осуществления намеченной Президентом и Правительством Республики Казахстан широкой программы социально-экономических мероприятий, направленных на обеспечение стабилизации экономики, и на этой основе ускорения ее роста.

К числу важнейших факторов, определяющих эффективность производства, относится совершенствование форм и методов управления, которое является важнейшей составной частью всей деятельности по руководству экономикой на всех уровнях управления на современном этапе ее развития.

Важнейшими направлениями улучшения всей управленческой работы в современных условиях с учетом особенностей Казахстана, по нашему мнению, являются: выбор наиболее эффективных путей достижения высоких конечных производственно-хозяйственных результатов; рациональное сочетание стратегических, тактических и оперативных планов, оптимальное управление инвестициями, обеспечение сбалансированного роста экономики и др.

В этих целях при разработке программ экономического и социального

развития страны необходимо обеспечивать: комплексное и оптимальное решение экономических и социальных проблем; концентрацию сил и средств для стабилизации экономики и выхода ее на уровень устойчивого развития; ускорение реализации научно-технических открытий и разработок, направленных на повышение темпов роста производительности труда и качества продукции, и на этой основе обеспечение ее конкурентоспособности; рациональное использование материальных, трудовых и финансовых ресурсов; устранение потерь в производстве; правильное определение приоритетов в развитии отраслей и экономических районов; повышение эффективности использования инвестиций; образование материальных финансовых резервов, необходимых для пропорционального и сбалансированного развития экономики.

Эти положения имеют особо важное значение для строительного комплекса. Это объясняется тем, что капитальное строительство на современном этапе развития экономики страны стало одной из важнейших отраслей экономики и решение задач, поставленных перед всеми отраслями промышленности, сельского хозяйства, транспорта и коммуникаций во многом зависит от успехов, достигнутых в строительном комплексе. В то же время на сегодняшний день, положение дел в отраслях данного комплекса нельзя считать удовлетворительным. Речь идет, в первую очередь, о несвоевременном вводе качественных объектов, сооружений, производственных мощностей в действие, о не рациональном использовании основных и оборотных производственных средств, финансовых и трудовых ресурсов и других негативных моментах.

Теоретические исследования и практика показывают, что одной из важнейших причин, приводящих к этим положениям в строительном комплексе являются недостатки в управлении строительным комплексом, и в первую очередь его предприятиями, т.е. строительно-монтажными организациями, предприятиями промышленности строительных материалов и конструкций, а также транспорта и механизации. Между тем выполнение намеченной Президентом и Правительством Республики Казахстан широкой программы капитального строительства в промышленных центрах, в городах и районах, а также строительства новых железнодорожных, автомобильных дорог, нефте- и газопроводов и т.п., требует своевременного ввода объектов, сооружений и производственных мощностей в действие, и на этой основе создания благоприятных условий для успешного выполнения программы социально-экономического развития как на ближайшие годы, так и на перспективу.

Производственная программа строительного-монтажного предприятия является одним из главных разделов целевой программы и определяет объем и состав выполняемых работ в натуральном и стоимостном выражении, содержит комплекс мероприятий, увязанных по ресурсам, исполнителям и срокам осуществления. От правильности формирования производственной программы зависят результаты финансово-экономической деятельности организации, успешное выполнение планов работ, своевременный ввод объектов и мощностей в действие и величина полученной прибыли.

Принципиально меняется подход к формированию производственной программы. Проблема загрузки мощностей строительных предприятий в условиях планово-распределительной системы решалась централизованно вышестоящими органами. От строительного предприятия требовалось только оформление договора, таким образом, план определял договор подряда. Высокий уровень монополизации полностью исключил конкурентную борьбу за заказ, не было необходимости изучать рынок, собирать информацию о потребителях и конкурентах. Капитальные вложения имели форму бесплатного централизованно распределяемого ресурса, деньги банковской системой выплачивались по мере выполнения определенных объемов работ, то есть кредитование строительства было направлено на текущую хозяйственную деятельность строительных предприятий.

Концентрируя собственные средства предприятий и используя их в качестве источника финансирования капитальных вложений, государство выполняло роль основного инвестора. На капитальные вложения отвлекалась большая часть национального дохода, а основная их часть направлялась на возведение низкоэффективных объектов, дорогостоящих административных зданий, на цели военно-промышленного комплекса.

Жесткая система плановых показателей и зависимость финансово-экономической жизни строительного предприятия от их выполнения привели к традиционному занижению реальных возможностей выполнения работ, производимые расчеты занижали имеющиеся мощности обычно на 20-30% [1, с.78].

В результате воздействия объективных законов рыночной экономики на сферу строительства происходят внутренние изменения в деятельности строительных предприятий. От них требуется перенацелить свою деятельность на удовлетворение возникших общественных потребностей в рамках конкурентных рыночных отношений.

Таким образом, строительное предприятие, действующее в условиях рынка, вынуждено изучать рыночную конъюнктуру, потребности потребителей и их инвестиционные намерения. Необходимо осуществить переход от пассивного исполнения спущенных сверху планов к активной деятельности, которая заключается в изучении потребностей в строительной продукции, возможностей конкурентов.

Переход к развитым рыночным отношениям предполагает многообразие форм хозяйствования и организационных структур управления, увеличения доли малых предприятий. Производимый ими ассортимент строительной продукции становится разнообразнее и отвечает требованиям потребителей. Ориентируясь на потенциальных потребителей, стремясь увеличить прибыль, предприятия выпускают продукцию, конкурентоспособную уже в ближайшем будущем. Предпринимательская деятельность, предполагающая коммерческий выпуск строительной продукции, определяет функционирование строительных организаций на принципах фирмы [2, с.88].

Поэтому проблема перехода строительной организации к рыночным отношениям привела к необходимости детального изучения и применения

концепции маркетинга, которая основывается на том, что для достижения поставленной цели необходимо знать нужды и потребности потребителя и уметь обеспечить желаемый результат более эффективно, чем конкуренты и получить при этом максимальный объем прибыли.

Новые экономические отношения кардинальным образом изменили задачи и основные условия формирования производственной программы строительного предприятия в условиях инвестиционного рынка. Переход от централизованного административного планирования к прогнозированию на уровне строительного предприятия позволяет самостоятельно решать задачи загрузки производственных мощностей, заключение договоров с заказчиками, организации хозяйственных связей с поставщиками, определять цены за выполненную продукцию, взаимодействовать с кредитной системой и многое другое. В условиях строительного предприятия для решения задачи формирования эффективной производственной программы необходимо выполнение следующих функций:

- тщательное изучение инвестиционного рынка в сфере деятельности предприятия;
- прогнозирование потребностей потенциальных заказчиков капитального строительства.

Проблема перехода строительной отрасли к рыночным отношениям привела к необходимости детального изучения и применения концепции маркетинга, которая основывается на том, что для достижения поставленной цели необходимо знать нужды и потребности потребителя и уметь обеспечить желаемый результат более эффективно, чем конкуренты и получить при этом максимальный объем прибыли [3, с.102].

С переходом экономики на рыночные отношения большинство стран в своем развитии перешло от общества производителя, когда предложение порождало спрос, к обществу потребителя, когда спрос порождает предложение. В этих условиях предприятия и организации все чаще ощущают необходимость изучения существующего и потенциального рынков сбыта, оценки потребительского спроса и состояние конкурентов. Все это входит в комплекс мероприятий маркетинга. Чтобы структурировать маркетинговые процессы, установить последовательность их реализации и направить их на выполнение целей предпринимательской деятельности, предприятие разрабатывает маркетинговую и товарную стратегию.

Маркетинговая стратегия – это комплекс мероприятий по разработке, производству и сбыту товаров и услуг на основе изучения запросов потребителей, направленный на максимизацию прибыли предприятия.

Предприятия, уделяющие значительное внимание разработке маркетинговой стратегии, придерживаются философии маркетинга, которая помогает им ориентировать объемы выпуска и качество продукции на потребности покупателя [4, с.74].

Основной принцип маркетинговой стратегии на наш взгляд – это ориентация конечных результатов производства на реальные потребности потенциальных покупателей. Для реализации этого принципа предприятие

должно проводить анализ ситуации на рынке, текущей и перспективной позиции предприятия.

Ориентация производства на удовлетворение спроса потребителей лежит в основе концепции маркетинга, получившего широкое распространение в промышленно развитых странах.

В условиях капитального строительства наиболее приемлемым, по нашему мнению, является рассмотрение маркетинга как процесса определения, предсказания, создания потребительских потребностей и желаний, удовлетворения их с большей прибылью для фирмы и потребителя. Мы считаем, что элементы маркетингового анализа, позволяющие определить конечный аспект продукции, услуг строительного предприятия, должна заключаться в следующем:

1. Исходный анализ – определение предпосылок и способностей реализовать стратегические цели предприятия, то есть создание информационных предпосылок, анализ текущей деятельности, производственной программы, мощностей и резервов. Анализируются варианты выбора продуктов, технология, трудовые, материально-технические и финансовые ресурсы, способы продажи.

2. Анализ рыночной ситуации определяет основные параметры рынка, его частей и сегментов.

Рассматривая сегментацию рынка строительства, необходимо проанализировать следующие факторы:

- демографическая ситуация в регионе (состав семьи, традиционные требования к формированию жилищной среды, что позволяет определять соотношение квартир по количеству комнат, площади, обеспеченности подсобными помещениями);
- требования к комфортности с учетом экономических возможностей;
- требования к качеству, особенно в отделке;
- требования по размещению жилья по территории города (максимальная близость к местам работы, насыщение объектами бытового и коммунального обслуживания, наличие парковых зон и зон отдыха, культурное обслуживание);
- требования к транспортной доступности;
- требования к инженерному оборудованию зданий (наличие лифтов, мусоропроводов);
- требования к экологической ситуации в районе застройки (чистота воздуха, уровень шума, близость к крупным транспортным магистралям);
- этажность застройки (количество этажей, коттеджная застройка).

В процессе сегментации рынка получают необходимые данные для изучения спроса с учетом прогнозируемых оценок.

Спрос – это потребность, подкрепленная покупательной способностью, которая определяется наличием дефицита по отдельным видам продукции. Таким образом, устанавливается потребность в различных видах объектов строительства.

3. Анализ возможностей предприятия, в который входят сильные и слабые стороны предприятия, факторы окружающей среды, ресурсные возможности относительно рынка.

В данном анализе идет речь об определении сильных сторон строительной фирмы, на которых можно строить успешную стратегию, и слабых, которые следует ограничивать во избежание их разрушительных последствий. С ним связаны оценка возникающих обстоятельств, сущность которых составляют природно-технические и человеческие ресурсы, и сравнение преимуществ и недостатков с конкурирующими фирмами.

4. Определение производственной структуры. Для создания производственной программы исходным является анализ, цель которого заключается в том, чтобы на основе определяющих факторов выявить шансы продуктов и размеры риска данной производственной программы.

5. Далее производится анализ эффекта опыта или анализ ситуации, основанные на размере доли рынка, который обеспечивает определенный потенциал успеха предпринимательства, прибыльности.

6. Анализ жизненного цикла продукта важен для формулирования шансов и рисков и является самостоятельным инструментом стратегического анализа.

7. Анализ структуры производственной программы дополняют предшествующие элементы более полным анализом фаз жизненного цикла продукции, объемов производства и сбыта, групп заказчиков.

Изучение деятельности международных строительных подрядчиков, работающих в последнее время на территории Республики Казахстан, позволяет утверждать, что маркетинг, как метод управления деятельностью и как форма взаимоотношений компании с заказчиком, не только применяется, но и расширяет сферу своего действия.

Таким образом, в настоящих условиях маркетинг является эффективным инструментом перехода от ориентации на рост производства к ориентации на максимальное удовлетворение потребностей. Именно благодаря маркетингу появляется возможность эффективного использования производственных мощностей и удовлетворения потребности заказчиков на рынке. Маркетинг строительных предприятий Республики Казахстан не должен быть слепой копией зарубежного опыта. Необходимо принципиально осмыслить эту концепцию, адаптировать ее к существующим условиям строительства.

Литература:

1. Машеро Г.А. Организация управления и планирования в строительстве. М.: Стройиздат, 2017. 208 с.

2. Деркач А.И. Анализ производственно-хозяйственной деятельности строительных организаций в условиях рынка. М.: Финансы и статистика, 2018. 239 с.

3. Сорокин А.И. Основы маркетинга в строительстве. М.: РГСУ, 2016. 258 с.

4. Ноздрева Р.Б., Цыгичко Л.И. Маркетинг: как побеждать на рынке. М.: Финансы и статистика, 2017. 304 с.

ЕКОНОМІЧНА ПОВЕДІНКА МОЛОДІ У КОНТЕКСТІ «ТЕОРІЇ ПІДПРИЄМНИЦТВА»

Купновицька К.В.

ДНЗ «Львівське вище професійне училище торгівлі та сфери послуг»

Дяченко Л.А., к.е.н., доцент

Львівська обласна Мала академія наук учнівської молоді

Дослідження теми, яке відображає економічну поведінку молоді у контексті «теорії підприємництва» - питання різностороннє. Економічні теорії, в яких аналізуються окремі економічні явища або процеси, існують давно, створені низкою наукових вчених. До таких вчених відносяться: Г. Скаруффі, У. Стаффорд, Т. Мен, А. Монкретєн (теорія меркантилізму); М.Фрідман, Ф.Хаєк, С.Ойкен, Н.Беррі, А. Лернер (теорія неолібералізму); Б.Виксель, Д. Нейман, О. Моргенштерн (теорія маржиналізму), Ф. Кене, Ж. Тюрго, В. Мірабо, Г. Летрон (теорія фізіократії) та ін [1,3].

Слід зазначити, що «теорії підприємництва» досліджували Р. Кантільйон, Й. Шумпетер, Ф. Хаєк, П. Дракер та інші[1,3].

За матеріалами наукових досліджень різних авторів, було узагальнено та охарактеризовано економічну категорію «підприємництво», що відображено у табл.1., узагальнено за джерелами: [1-4].

Таблиця 1 - Характеристика категорії «підприємництво»

Підприємництво – це:
– поєднання трьох класичних факторів виробництва: землі, капіталу, праці;
– інноваційна діяльність, виробництво нових товарів і послуг, або старих – з новими якостями; впровадження нових методів виробництва;
– нові можливості отримувати прибуток, завдяки організаційним здібностям людини;
–пошук та вивчення нових економічних можливостей, характеристика поведінки тощо;
–процес створення чогось нового, що має вартість;
–тип економічного мислення, що передбачає самостійну новаторську діяльність людини, в міру ризикованих рішень;
–вміння здійснювати у практичну діяльність нововведення та по- іншому розуміти ринкові можливості тощо.

У взаємозв'язку та взаємозалежності із категорією «підприємництво», знаходиться економічна категорія «підприємець». «Підприємець» - основний господарюючий суб'єкт, який підприємець завдяки наявності певної сукупності рис втілює у практику функції підприємництва і за свою працю отримує підприємницький дохід, мінімум – нормальний прибуток [4,с.722]. Слід зазначити, що поняття «підприємець» запровадив у економічну термінологію

французький економіст Р. Кантільйон. За Р. Кантільйоном, головною рисою підприємця він вважав уміння ризикувати, передбачати майбутнє, а також поєднувати прагнення привласнення доходу і можливі втрати [4,с.722]. На підставі низки наукових джерел, було визначено сутність категорії «підприємець», що узагальнено подано в (табл. 2), узагальнено за джерелами: [1-4].

Таблиця 2 - Сутність категорії «підприємець»

Підприємець – це:
-новатор, який бачить нові можливості для підприємницької діяльності;
-власник капіталу, а інколи співвласник капіталу та вміє управляти капіталом;
-вміє самостійно здійснювати управління процесами функціонування підприємства;
- спішний менеджер, який зайнятий продуктивною працею та здатний швидко реагувати на зміни внутрішнього та зовнішнього середовища;
-вміє ефективно працювати з інформацією, вивчати тенденції ринку, на якому функціонує підприємство;
-вміє ризикувати в міру;
-вміє вести ділові переговори;
-вміє безперервно навчатись тощо.

Дослідження даної наукової теми показали, що існує низка чинників, які також мають вплив на економічну поведінку молоді. «Поведінка» - спосіб життя і дій у різних сферах суспільних відносин, передусім в економіці [3, с.761]. Економічна поведінка молоді передбачає задоволення їхніх економічних потреб, а також вивчення відношення молоді до власної поведінки у сфері економічних відносин. Виявлено, що успішна та ефективна підприємницька діяльність молоді, вимагає інвестицій у нематеріальні активи, а саме: нові технології виробництва товарів чи послуг, освіти, знання з низки різних дисциплін, систему управління підприємствами, авторські права на товарні знаки і торгові марки, програмне забезпечення, висока кваліфікація кадрів, індивідуальні, психологічні та особистісні риси персоналу, що також має вагомий роль у здійсненні підприємницькою діяльністю. Для дослідження економічної поведінки молоді, відповідно до обраної теми наукового дослідження, поставленої мети та завдань, які передбачалося вирішити, була складена анкета для проведення опитування учнів: «Чи плануєте Ви займатися власною підприємницькою діяльністю?».

Було виявлено, що у віковій категорії учнів від 16 до 18 років, які відповідали на запитання анкети, найбільша їх частка становить саме вік 17 років, які позитивно відповіли на це запитання, а саме – 30, 1%. Щодо сфери діяльності, у якій учні хотіли би займатися підприємницькою діяльністю, то 45, 5% відповіли, що ця діяльність стосуватиметься обраного фаху.

Основними причинами намірів учнів займатися власною

підприємницькою діяльністю були такі: **1** - власні мотиви забезпечити собі та своїй сім'ї вищий рівень фінансового достатку - 85, 6%; **2** - можливості власної самореалізації в суспільстві, а також бажання брати на себе відповідальність за своє майбутнє - 58, 4%; **3** - відчуття того, що саме зараз є сприятливий час здійснювати власну підприємницьку діяльність - 25, 6%; **4** - маю приклади успіхів інших людей у підприємницькій діяльності - 24, 9%; **5** - бачу нові можливості для підприємницької діяльності саме зараз - 41, 4%; **6** - усі мотиви, які тут вказано - 75, 1%. Слід зазначити, що на запитання, яке стосується бізнес- книг, які читає молодь у даній віковій категорії, готуючись до майбутньої власної підприємницької діяльності - 15, 7% відповіли позитивно.

У висновках слід зазначити наступне: проведене дослідження ролі підприємництва, у економічній поведінці молоді, у контексті «теорії підприємництва», дозволяє стверджувати: молодь має наміри займатися власною підприємницькою діяльністю. Сучасну молодь характеризує економічна свідомість, цілеспрямованість, мотивація і бажання реалізувати себе у сфері підприємницької діяльності, соціальна адаптація, у т.ч. до змін на ринку праці тощо.

Література:

1. Мочерний С.В. Економічна енциклопедія/С.В.Мочерний.Т.1. К.: Видавничий центр «Академія». 2000. 864 с.
2. Білецька Л., Савич В., Білецький О. Економічна теорія. К.: ЦУЛ, 2019. 688с.
3. Сірко А.В. Економічна теорія. Політекономія. К.: ЦУЛ. 2019, 448с.
4. Мочерний С.В. Економічна енциклопедія. Т.3. К.: Видавничий центр «Академія», 2001. 848 с.

СТАТИСТИЧНІ МЕТОДИ В УПРАВЛІННІ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ

Пісклова Д. А.

Науковий керівник: Непран А. В., к.е.н., доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Безперервне підвищення вимог до якості продукції, зростаюча її складність обумовлює необхідність удосконалення і підвищення ефективності систем управління якістю продукції, а це можливе лише при використанні статистичних методів, які базуються на апараті математичної статистики, і застосуванні ЕВМ.

Статистичні методи забезпечують можливість прийняття правильних рішень за результатами малого числа спостережень і, тим самим, дозволяють побудувати вискоєфективну, економічно вигідну систему управління якістю продукції і сформулювати режим її функціонування.

Згідно ДСТУ 9000-2007 система управління якістю – це система управління для спрямування та контролю діяльності організації стосовно якості [1]. Статистичні методи управління якістю поділяються на статистичний аналіз

точності технологічного процесу, статистичне регулювання технологічного процесу і статистичний контроль якості.

Під статистичним аналізом точності технологічного процесу розуміють визначення статистичними методами точності характеристик технологічного процесу і закономірностей їх зміни у часі. Головна увага при цьому приділяється дослідженню стабільності технологічного процесу і виявленню причин її порушення.

Статистичне регулювання технологічного процесу – це корегування параметрів, що їх характеризують, шляхом своєчасного налаштування – під наладки обладнання за результатами вибіркового контролю продукції, що виготовляється, для технологічного забезпечення необхідної якості і попередження браку.

Статистичний контроль якості – це науково обґрунтований вибірковий контроль якості продукції, за яким план контролю і його корегування здійснюється на базі застосування апарату математичної статистики. Статистичний контроль якості продукції застосовується при вхідному, операційному, прийом очному, інспекційному та інших видів контролю.

Крім перерахованих задач, статистичні методи використовуються для оцінки якості продукції, яка випущена за обстежений період часу підприємством або групою підприємств. Для цього здійснюється статистична оцінка якості продукції, яка заключається в отриманні індексів якості.

В цілому статистичні методи дозволяють проводити найбільш раціонально збір та обробку необхідної інформації про якість продукції і характеристик ходу технологічних процесів, що дає можливість складати судження про хід всього технологічного процесу на підприємствах, групі підприємств і про його економічну ефективність.

В тій чи іншій мірі, на тих чи інших етапах виробництва статистичні методи давно і широко використовуються у вітчизняній економіці, проте найбільший ефект дає лише їх комплексне застосування на сучасній науковій базі з використанням ЕВМ. Побудування і успішне функціонування комплексних систем управління якістю продукції неможливе без застосування статистичних методів.

Науково обґрунтований на базі перш за все математичної статистики вибіркового контролю називають статистичним контролем. При статистичному контролі висновки про якість партії (потoku) продукції роблять на основі контролю одиниць продукції, які входять до вибірки. Це можна зробити з достатньої достовірністю, якщо вибірка представницька, тобто якщо вона з достатньої повнотою відображає якість всієї партії (потoku). Вибірka буде представницькою, якщо обсяг вибірки (кількість проконтрольованих одиниць продукції) є не досить малим і вибірка не зміщена, тобто якщо вона відображає якість всієї продукції (потoku), яка пред'явлена на контроль, а не якої-небудь її частини, наприклад, виробленої в перші години зміни.

Вибір методу статистичного контролю на підприємстві здійснюється відділом головного спеціаліста, що відповідає за розробку нормативно-технологічної документації на технологічний процес, спільно з ВТК і

статистичною лабораторією, виходячи із вимог достатності та економічності методу.

При всіх змін умов виробництва, зокрема, технологічний процесів та їх режимів, проводиться перегляд системи статистичного регулювання і контролю у відповідності до змін нормативно-технічної документації. Для оцінки економічної ефективності впровадження статистичних методів контролю якості продукції застосовується система показників.

Література:

1. ДСТУ ISO 9000:2007 «Система управління якістю (основні положення та словник термінів)». Київ, Держспоживстандарт України, 2008. 35 с.

ГАБАРИТНА ДОВЖИНА МІСЬКИХ АВТОБУСІВ ВЕЛИКОГО КЛАСУ ЯК КЛЮЧОВИЙ ФАКТОР ЇХ ПРОДУКТИВНОСТІ

Сафронова Д.В.

*Науковий керівник: Дмитрієв І.А., д.е.н, професор
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Під «продуктивністю автобуса» зазвичай розуміють кількість пасажирів, перевезених на певному маршруті з певною швидкістю руху протягом однієї години [1].

Практично у всіх країнах світу прийнято виробляти автобуси великого класу габаритною довжиною 10,5 м, 11 м, 11,5 м, 12 м (табл. 1-4). У практиці автобусобудування інтервали габаритної довжини складають 0,5 м у зв'язку з тим, що при однакових розмірах передньої та задньої частин автобуса вони відрізняються по довжині за рахунок кількості секцій кузова.

Таблиця 1 – Вплив габаритної довжини міських автобусів на їх місткість.
Варіант I (габаритна довжина $\approx 10,5$ м) [2]

Параметри	Моделі міських автобусів		
	Mudan MD6100	Higer KLQ6118GS	Daewoo BS-406
Габаритна довжина, мм	10530	10500	10555
Кількість сидінь	25	21	19

Таблиця 2 – Вплив габаритної довжини міських автобусів на їх місткість.
Варіант II (габаритна довжина ≈ 11 м) [2]

Параметри	Моделі міських автобусів						
	Jelcz M11	Mudan MD 6106KDC	Zonda YCK 6117HC	Hyundai Super Aero City	Irisbus B951E	Zonda YCK 6105HC	БАЗ А148
Габаритна довжина, мм	11130	11055	11000	11110	11170	11000	10980
Кількість сидінь	21	23	22	23	25	15	17

Таблиця 3 – Вплив габаритної довжини міських автобусів на їх місткість.
Варіант III (габаритна довжина $\approx 11,5$ м) [2]

Параметри	Моделі міських автобусів								
	JAC HK 6118G	Golden Dragon XML 6112UE	Ankai GK15	Higer KLQ 6118G	Zonda YCK 6116 HC	Mercedes- Benz O405	Ikarus IK- 112	Ikarus IK- 103	Yutong ZK 6118 HGA
Габаритна довжина, мм	11450	11424	11525	11355	11505	11475	11620	11570	11482
Кількість сидінь	24	21	23	25	27	19	28	21	26

Таблиця 4 – Вплив габаритної довжини міських автобусів на їх місткість.
Варіант IV (габаритна довжина ≈ 12 м) [2]

Параметри	Моделі міських автобусів						
	Zhong Tong Sunny	Irisbus Citelis 12M CNG	Higer KLQ 6118 GL	Irisbus Agora 12M	Mercedes- Benz Conecto	Mudan MD6120	Golden Dragon XML 6123UE
Габаритна довжина, мм	11940	11990	11877	11990	11950	11995	11995
Кількість сидінь	20	22	24	20	16	20	31

З метою виключення впливу інших конструкційних факторів на місткість (до прикладу місце установки, тип і розмір двигуна) міських автобусів прийнято ряд обмежень, зокрема кількість місць для сидіння умовно прийнято рівною 22, виходячи з усереднення варіантів, наведених у табл. 1-4:

$$\begin{aligned}
 X_{\text{сер}} &= (25 + 21 + 19 + 21 + 23 + 22 + 23 + 25 + 15 + 17 + 24 + 21 + 23 + 25 + \\
 &+ 27 + 19 + 28 + 21 + 26 + 20 + 22 + 24 + 20 + 16 + 20 + 31) \div 26 = \\
 &= 22,23 \approx 22 \text{ місця}
 \end{aligned}$$

Табл. 5 містить результати аналітичного дослідження місткості міських автобусів великого класу за чотирма варіантами габаритної довжини.

Таблиця 5 – Вплив габаритної довжини міського автобуса на його місткість

Параметри	Габаритна довжина міського автобуса, м			
	10,5	11,0	11,5	12,0
Кількість сидінь	22	22	22	22
Площа підлоги для розміщення стоячих пасажирів, м ²	12,13	13,30	14,48	15,65
Місткість, пас.	119	128	138	147

Джерело: розроблено авторкою.

В інтервалі габаритної довжини від 10,5 м до 12 м збільшення довжини міського автобуса на кожні 0,5 м дозволяє збільшити місткість на 9-10 пасажирів або на 6-7%.

Місткість міського автобуса габаритною довжиною 12 м перевищує місткість міського автобуса габаритною довжиною 10,5 м в середньому на 28 пасажирів або на 23,5%.

Література:

1. Іванілов О.С., Дмитрієв І.А., Шевченко І.Ю. Економіка підприємств автомобільного транспорту : підручник. Х. : ФОП Бровін О.В., 2017. 632 с.
2. Каталог автобусів. Великий клас. URL: <http://interdalnoboy.com/avtobusi/klas/bolshoy/>

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ ФИНАНСИРОВАНИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Фараджов Н.Н.

*Научный руководитель: Р.Р.Алиев, к.т.н., доцент
Мингечаурский Государственный Университет, Азербайджан*

Известно, что при финансировании субъектов малого и среднего предпринимательства (МСП) есть серьезные проблемы. Хотя в последние годы в этом направлении были предприняты шаги, но проблема не была полностью решена. Недостаточное количество специальных финансовых ресурсов считается одним из основных факторов, усугубляющих проблему. Несвоевременная доставка средств, сроков отсутствия доступности и другие факторы также создают проблемы с нарушением финансирования МСП. Поэтому механизм финансирования МСП должен быть изменен.

Использование средств, выделяемых из государственного бюджета, Министерство Финансов не дает соответствующее распоряжение средств в этом направлении, для субъектов МСП, предполагаемые деньги не могут добраться до них. Средства государственного бюджета, которые должны быть выделены на развитие малого и среднего предпринимательства при распределении его вовсе не следует считать второстепенным.

В Азербайджане существуют проблемы регионального развития предпринимательства. Причина в том, что малые и средние предприятия сосредоточены в основном в Баку. Поэтому, для развития предпринимательства в регионах должно быть восстановлено деятельность Центра Развития Предпринимательства. Так, создание в разных регионах центры, изучающие состояние предпринимательства в нескольких районах должен подчиняться расположенный в Баку центру. В то же время для осуществления государственного контроля необходимо, чтобы они были подчинены Министерству Экономики.

Реализация в регионах произведенной продукции для большинства предпринимателей это проблема. В отличие от западных стран, в Азербайджане большинство из них не проводят маркетинговую деятельность до производства продукта. А сотрудники Центров Развития Предпринимательства, изучив

рынок, пришли к выводу, что какую продукцию выгоднее производить в год и в каких регионах это может определить потребность в продуктах. С другой стороны, все центры, так как они передают полученную информацию в единый центр в Баку, то по стране можно осуществить суммирование всей информации.

Начало деятельности Центров Развития Предпринимательства в регионах может устранить ряд нижеследующих региональных проблем предпринимательства:

- координация работы малых и средних предпринимателей в регионах;
- оказывая помощь в осуществлении маркетинговой деятельности решение проблемы сбыта продукции и услуг;
- расширение экономических связей между регионами в Азербайджане;
- создание новых рабочих мест и использование местных трудовых ресурсов;
- привлечение в производство запасов сырья местного значения и более эффективное их использование;
- участие субъектов МСП, действующих в регионах, в расширение связей с зарубежными учреждениями, занимающимися проблемами;
- повышение уровня социально-культурную жизнь населения в районах и сельской местности;
- устранение неравномерного развития промышленного производства по территории страны;
- предотвращение демографических изменений, миграции.

Формирования и развития субъектов малого и среднего предпринимательство необходимо привлекать средства международных организаций и стран-доноров. Эти средства, предоставляемые в виде грантов, используются и для консультационных услуг. Уже за счет грантов Правительства Японии осуществляет техническое оснащение ряда предприятий Азербайджана. Развитие этой системы будут иметь возможность концентрации дополнительных средств на предприятиях, что в конечном итоге приведет к тому, что эти предприятия будут расширяться.

Для решения проблем финансирования малого и среднего предпринимательства должен быть обеспечен усовершенствование налоговых процедур и налогового законодательства. Налоговые механизмы инвестирования в МСП роль в поощрении их активности должна быть повышена.

Литература:

1. А.Б. Аббасов Деятельность предпринимательства: виды, проблемы развития. Баку, 1998.
2. Г.Н. Манафов Теоретические и практические вопросы предпринимательства. Баку, 1997.
3. В.Б. Мусаев Основы предпринимательства. Баку, 2002.
4. И.Г. Ибрагимов, Е.Р. Ибрагимов Экономический, правовой механизм предпринимательской деятельности. Баку, 2012.

5. Р.Р.Алиев Экономическая безопасность предпринимательства Азербайджана в условиях перехода к рынку. //Экономика и производство. Труды научно-технической конференции. №8, Москва, 2006.

СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ФОНДОВОЇ БІРЖІ

Фролова Ю.С.

*Науковий керівник: Нестеренко В.Ю., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Фондова або біржа цінних паперів – це біржа, на якій біржові брокери та трейдери можуть купувати та продавати цінні папери, наприклад, облігації та інші фінансові інструменти. Фондові біржі також можуть надавати засоби для випуску та погашення таких цінних паперів та інструментів, а також подій з капіталом, включаючи виплату доходу та дивідендів. Фондові біржі часто функціонують як ринки «безперервного аукціону», коли покупці та продавці здійснюють транзакції за допомогою відкритого протесту в центральному місці, наприклад на біржі, або за допомогою електронної торгової платформи [1, 2].

Фондова біржа організує торгівлю цінними паперами та контролює учасників торгів. Усі угоди на біржі реєструються. Юридичні особи на фондовій біржі залучають гроші для розвитку та виробництва, а приватні особи перетворюють заощадження на інвестиції та отримують додатковий дохід.

На фондовому ринку продають та купують цінні папери: акції, облігації, паї біржових фондів. Щоб не було обманів та нечесної гри, біржа розробляє правила торгівлі цінними паперами та гарантує виконання угод.

Компанії випускають акції або облігації, тому що їм потрібні гроші для виробництва та розвитку [3].

Особливості фондових бірж:

1) організований ринок: фондова біржа — це організований ринок цінних паперів (акцій, боргових зобов'язань, облігацій тощо), де цінні папери купуються та продаються на біржі. Усі операції регулюються правилами та положеннями відповідної фондової біржі.

2) формування та членство: фондова біржа, як правило, реєструється як асоціація, товариство або компанія. Кількість членів біржі обмежена певною кількістю, а нові члени приймаються лише за наявності вільних місць. Кожен учасник повинен сплатити встановлений членський внесок.

3) торгувати можуть лише учасники: фондова біржа відкрита лише для членів біржі, також відомих як брокери. Брокери виступають агентами покупців і продавців акцій, боргових зобов'язань і облігацій. На фондовій біржі операції здійснюються між учасниками або їх уповноваженими агентами від імені інвесторів.

4) котиrowані цінні папери: щоб мати можливість торгувати цінним папером на певній фондовій біржі, він повинен бути зареєстрований на відповідній фондовій біржі відповідно до інструкцій, виданих біржею. Фондові біржі не дозволяють торгувати цінними паперами кожної компанії. Компанії,

які хочуть, щоб їхні цінні папери продавалися на біржі, повинні виконувати певні умови. Фондова біржа задоволена справжністю та надійністю компанії, щоб захистити інвесторів від обману. Біржі зберігають облік таких цінних паперів у центрі, але зараз торгівля дедалі більше переходить із фізичних місць на електронні мережі, що забезпечує швидкість та зниження вартості. [4].

Література:

1. Поняття «Біржа» URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Біржа> (дата звернення 05.12.2021).
2. Поняття «Фондова біржа» URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Stock_exchange (дата звернення 05.12.2021).
3. Поняття «Фондова біржа, ринок та інвестування» URL: <https://journal.tinkoff.ru/guide/stock-exchange/> (дата звернення 05.12.2021).
4. Особливості фондової біржі URL: <https://www.technofunc.com/index.php/domain-knowledge/finance-domain/item/what-is-stock-exchange-meaning-definition-and-features> (дата звернення 05.12.2021).

ПЕРЕВЕЗЕННЯ ПАСАЖИРІВ У ВНУТРІШНЬОМІСЬКОМУ СПОЛУЧЕННІ ЯК ОСНОВА ПАСАЖИРСЬКИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ АВТОМОБІЛЬНИМ ТРАНСПОРТОМ В УКРАЇНІ

Цема В.Є.

*Науковий керівник: Дмитрієв І.А., д.е.н, професор
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Автомобільний транспорт займає вагоме місце у забезпеченні перевезення пасажирів в Україні. Відповідно до статистичного збірника «Транспорт України – 2020», у 2020 році в Україні 42% усіх пасажирських перевезень було здійснено саме підприємствами автомобільного транспорту (рис. 1).

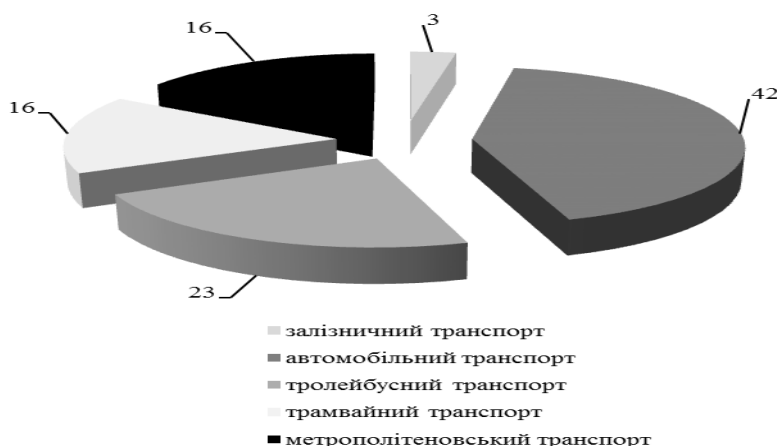


Рисунок 1 – Структура пасажирських перевезень в Україні у 2020 році (за видами транспорту), %
(побудовано авторкою за даними [1, с. 50])

При цьому великий інтерес становить особливість розподілення пасажирських перевезень автомобільним транспортом в Україні у 2020 році у контексті типу сполучення – міжміського сполучення, приміського сполучення та внутрішньоміського сполучення: як було виявлено на підставі аналізу даних статистичного збірника «Транспорт України – 2020», 76% пасажирських перевезень здійснювалося у внутрішньоміському сполученні, 18% – у приміському сполученні, 6% – у міжміському сполученні (рис. 2).



Рисунок 2 – Структура пасажирських перевезень автомобільним транспортом в Україні у 2020 році (за типами сполучення), % (побудовано авторкою за даними [1, с. 51])

Відповідно, досліджуючи пасажирські перевезення автомобільним транспортом, логічно зосередитися на внутрішньоміському сполученні.

Література:

1. Транспорт України – 2020 : статистичний збірник. К. : Державна служба статистики України, 2021. 116 с.

ЕКОЛОГІЧНА БЕЗПЕКА В УКРАЇНІ

Чупета Д.О.

Науковий керівник: Блага В. В., к.е.н., доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

На порозі нового тисячоліття вся цивілізація зорієнтована на нову стратегію сталого економічного розвитку. Даний перехід передбачає забезпечення безпеки у всіх відносинах, а тісний взаємозв'язок загальної безпеки країни та сталого розвитку визначають умови подальшого існування суспільства. В нашій статті сформульовано основні завдання, які можна вирішити за допомогою екологічного аудиту. Запропоновано основні заходи

протидії негативним проявам і загрозам підприємству в сфері екології як значимої підсистемі економічної безпеки організації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми забезпечення безпеки привертають дедалі більшу увагу вчених. Однак в науковому плані найбільш просунутої є її техногенна складова (технічна і технологічна). Безпека соціально-економічна менш досліджена, хоча в останні роки з'явився ряд фундаментальних досліджень в цій області. Найбільш значимі з цієї проблематики роботи С. Глазьева, Ю. Корбина, А. Колосова, В. Медведєва, В. Сенчагова, А. Страхова.

Вирішення задач забезпечення екологічної безпеки як підсистеми економічної безпеки - частина комплексної проблеми забезпечення сталого розвитку підприємств. Під стійким розвитком підприємства в даній статті розуміється режим його функціонування як соціо-еколого-економічної системи, що характеризується гармонійними позитивними змінами з урахуванням інтересів нинішнього і майбутніх поколінь. У компанії, вже провідних відповідальну екологічну політику, з'являються нові перспективні можливості зростання і стимули зберігати обраний вектор розвитку.

Загрози для бізнесу, що містять в собі екологічну складову, умовно можна розбити на три основні групи:

- 1) екологічна обстановка на території (екологія зовнішнього навколишнього середовища);
- 2) екологічність виробленої продукції;
- 3) екологічність процесу виробництва.

Відзначимо, що систему екологічної безпеки необхідно впроваджувати поетапно і плановірно. Початковий етап при розробці заходів екологічної безпеки для підприємства - це екологічний аудит. Він полягає в обстеженні як підприємства, так і навколишнього середовища, на яку виявляється вплив, оцінці небезпеки виявлених чинників і порівнянні їх з діючими екологічними нормативами. Кінцева мета проведення екологічного аудиту - це оцінка того, як господарюючий суб'єкт дотримується норми з охорони навколишнього середовища, а також вимоги профільних міжнародних стандартів. Проводячи аудит, підприємство в своїх інтересах, як правило, вирішує такі основні завдання:

- розвиток виробництва, приведення своєї діяльності до міжнародних екостандартів, що підвищує конкурентоспроможність підприємства на світовому і внутрішньому ринках;
- зниження ймовірності накладення штрафних санкцій, які можуть бути призначені при порушенні природоохоронного законодавства та нанесенні шкоди навколишньому середовищу;
- підвищення інвестиційної привабливості підприємства;
- підвищення екологічної безпеки продукції на основі результатів екологічних досліджень, розширення ринків збуту, пропонуючи дану продукцію на противагу конкурентам;
- підвищення соціального статусу організації в суспільстві як захисника навколишнього середовища;

- залучення пріоритетних інвестицій, отримання державної підтримки як підприємство, виробляє екологічно безпечну продукцію, що використовує екотехнології;

- пошук можливостей поліпшення екологічної обстановки в місці розташування організації, підвищення екологічності виробничих процесів і продукції, що виробляється, а також інші.

Практика і світовий досвід показують, що забезпечення заданого рівня економічної безпеки підприємства та його сталий розвиток тісно пов'язані з економічною безпекою регіону.

Як заходи протидії негативним проявам і загрозам підприємству в області екології можна виділити ряд наступних основних завдань: планування та реалізація бізнес-процесів з урахуванням вимог екологічної безпеки; планування та виробництво готової продукції з урахуванням вимог екологічної безпеки; проведення на виробництві постійного моніторингу рівня його екологічної безпеки, оцінка загроз та реалізації заходів екологічного захисту; експертна оцінка програм виробництва з точки зору екологічної безпеки до їх реалізації на підприємстві; підвищення екологічної грамотності персоналу; видання локальних нормативних актів, регламентують питання екології на підприємстві; призначення відповідальних посадових осіб за регулювання питань екології; проведення розслідувань фактів порушення правил і норм виробництва, що призвели до порушень норм екологічної безпеки; використання екологічно чистої сировини для виробництва і ряд інших.

Таким чином, з урахуванням вищевикладеного, можна зробити наступні основні висновки: Екологічна безпека є невід'ємною частиною системи економічної безпеки організації, істотно впливає на результати економічної діяльності. Коригування економічної політики організації повинна здійснюватися в міру необхідності на основі зважених показників. Значення показників, які забезпечують сталий розвиток підприємств, не є статичними. При зміні внутрішнього і зовнішнього середовища досліджуваного об'єкта нормативи, що регулюють його діяльність, необхідно піддавати коректуванню.

СУЧАСНИЙ СТАН ТА РОЛЬ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ В УКРАЇНІ

Щербанюк В.Л.

*Науковий керівник: Нестеренко В.Ю., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

На сьогоднішній день нестабільність в Україні призводить до вимагання від підприємств чіткого та розширеного прогнозу, щодо поточної діяльності, досягнення встановлених цілей та подальшого розвитку підприємства. Важливою складовою стратегічного планування, яке в свою чергу може завбачити реакцію підприємства на вимоги зовнішнього середовища та підтримувати його дії на ринку, являється бізнес-планування. Бізнес-план є дуже поширеним терміном у середовищі бізнесу. Якщо говорити про розробку бізнес-плану враховуючи усі нюанси (контроль ринка, середовище конкурентів,

складання планів для запровадження змін) у вітчизняних умовах підприємства перебувають на великій дистанції від європейського досвіду розвинутих країн.

Зарубіжна практика управління підприємствами, які досягли успіху в бізнесі, використовує саме бізнес-планування. Аналіз діяльності підприємств дає можливість показати, що причинами банкрутств більшості компаній, є неправильні розрахунки або відсутність бізнес-планування. Однак визнання бізнес-планування на українських підприємствах відбулося не відразу. В Україні бізнес-плани почали з'являтися в 1990-х роках, необхідність бізнес-плану стала очевидною з піднесенням ринкової економіки. Основним документом бізнес-план стає в 1994-1995 роках та починає використовуватися з ціллю успішного управління, покращення методів обчислення продуктивності та результативності проектних постанов.

Підприємці, які ознайомилися з різноманітними закордонними публікаціями з розробки бізнес-плану та стараються притримуватися порад викладених у них, мають діло з труднощами, які незвідані на західній Україні, через те загалом не розглядаються. Не беручи до уваги західні країни, планування в Україні має ряд особливостей. Законодавство України на сьогоднішній день не робить головним розробку бізнес-плану, який є одним із нових документів для більшості підприємств. Не дивлячись на бажання країни приєднатися до європейської спілки та підняти якість послуг, продукції та ведення бізнесу, де розповсюджена позиція, щодо доречної розробки бізнес-плану.

В Україні для даного стану присутні безліч передумов. Недостатню конкурентоспроможність українських бізнес-планів можна пояснити неправильним відношенням до даного питання, насамперед основоположників бізнес-планів, тобто юридичних або фізичних осіб. Для справи потрібно знайти інвестора, якого можна зацікавити добре обґрунтованим бізнес-планом. Опрацювання документа підприємець може доручити внутрішнім підрозділам або зробити замовлення у іншій сторонній організації, яка має висококваліфікованих спеціалістів у підприємницькій галузі.

Якщо розглянути бізнес-планування вітчизняних підприємств, то можна зробити висновок, що воно починає бути нечітким, рухливим та агресивним стосовно до інших підприємств. Більш за все це пов'язано зі швидкими змінами в сфері функціонування підприємства. Можливий засіб, який може протидіяти не вигідному впливу середовища являється саме бізнес-планування, яке виступає як система упорядкованого підприємства, завдяки розробці стратегій та їх втілення. Бізнес-план визначає ціль діяльності підприємства, пояснює коли і як саме вона буде здобута, які ресурси потрібні для цього.

SƏNAYE MÜƏSSİSƏLƏRİNİN İDARƏ OLUNMASI

*Əliyeva Arzu Füzuli
Xəlilov Xəlil Ramiz oğlu
Mingəçevir Dövlət Universiteti, Azərbaycan*

Müasir şəraitdə iri müəssisələrin rəhbərliyində idarəetmə aparatı fəaliyyət göstərir, belə ki bu çoxlu sayda problemlərin həlli ilə bağlıdır. Bununla belə, problemlər çox müxtəlif və spesifik olduğundan bir adamın biliyi və təcrübəsi ixtisaslı təhlilin aparılması və cəlbəedici həllərin alınması üçün kifayət edici deyildir. Mürəkkəb münasibətlər sisteminin mövcudluğundan irəli gələrək, idarəetmə strukturu və onun ayrı-ayrı səviyyələri və bölmələri arasında idarəetmə səlahiyyətlərinin və məsuliyyətlərinin səmərəli bölüşdürülməsi məsələsi meydana çıxır. İlk növbədə qəbul edilmiş menecmentin səviyyələrini rəhbər tuturlar. Hal-hazırda menecmentin 3 səviyyəsini nəzərdən keçirirlər:

- 1) Birinci səviyyə menecerləri-bunlara sex bürosunun rəisi, qrup rəhbəri, usta, briqadir;
- 2) Orta səviyyə menecerləri – bunlara şöbə rəisi, sex rəisi, sex rəisinin müavini;
- 3) Yüksək səviyyəli menecerlər – idarə sədri, prezident, baş direktor, direktor, direktor müavinləri, baş mütəxəssis aid edilir.

İdarəetmənin bu və ya başqa səviyyəsində mərkəzləşdirilən səlahiyyətin və məsuliyyətin miqyası bir sıra amillərlə xarakterizə olunur. İlk növbədə bu amillər–həll edilən problemlərin mürəkkəbliyi, vacibliyi və müxtəlifliyidir. Menecmentin səviyyələrinə müvafiq olaraq səlahiyyətin, məsuliyyətin və vəzifənin bölüşdürülməsi üçün bu müddəaları göstərmək olar:

Yüksək səviyyə menecerləri; məqsədi təyin edir, strateji məhsulları bölüşdürür, təşkilati strukturu formalaşdırır, mənfəəti idarə edir.

Orta səviyyə menecerləri: tapşırıq verir, planlaşdırır, qərar qəbul edir, kadrları seçir, işə nəzarət və onu əlaqələndirir, əməkdaşların işində sərbəstliyi dəstəkləyir.

Birinci səviyyə menecerləri: özünün səlahiyyəti çərçivəsində müstəqil qərar qəbul edir, üst səviyyəli işləri rəhbərliyə məruzə edir, öz fəaliyyətini başqa əməkdaşlarla əlaqələndirir və s.

Artıq bir əsrdən çoxdur ki, menecer müəssisənin idarə edilməsində mərkəzi fiquraya çevrilib. O, öz fəaliyyət sferasına aid olan məsələlərdə qərarlar qəbul etmək üçün real hakimiyyət verilmiş vəzifəli şəxs kimi fəaliyyət göstərir. Qarşıya qoyulan vəzifələri yerinə yetirmək üçün ona lazımı hüquqlar verilmişdir və onların düzgün yerinə yetirilməsi üçün o yuxarı kollektivlər və rəhbərlər qarşısında məsuliyyət daşıyır. Rəhbərin sərəncamında zəruri miqdarda material ehtiyatları olur. İcra fəaliyyətini yerinə yetirmək üçün isə ona tələb olunan miqdarda işçilər verilir.

Menecer sənayecə inkişaf etmiş ölkələrin idarəetmə sistemində böyük status və əsas yer almışdır. Bizdə isə bu mütəxəssis idarəetmə aparatında hələ öz yerini kifayət qədər tapmamışdır. Buna görə də bir qrup mütəxəssislər meneceri müəssisənin birinci rəhbər-inə bərabər tuturlar. Digərləri isə onu məhsul idarəetmə işçisi kimi müəyyənləşdirirlər.

İnkişaf etmiş bazar iqtisadiyyatı şəraitində menecerin başlıca rolu hər şeydən

əvvəl strateji planlaşdırmadır. Menecer müxtəlif məqsədli proqramların işlənilib hazırlanmasına rəhbərlik etməli, müxtəlif növ əmtəələr buraxılışının perspektivlərini nəzərdə tutmalı və onların həyat təşkilini qabaqcadan görməyi bacarmalıdır. Menecer iqtisadiyyatın idarə edilməsi sahəsində hüquqi və digər məsələlərdə səriştəli olmağı nəzərdə tutan mütəxəssisdir. Hər şeydən əvvəl istehsal-bazar sferasında menecer, uyğun məqsədli və özünə məxsus funksiyalı, vəzifəsi olan rəhbərdir.

Menecer – sahibkar tərəfindən təyin edilmiş və istehsalın idarə edilməsini təşkil edən yüksək ixtisaslı mütəxəssisdir. Onun əsas vəzifəsi ondan ibarətdir ki, işi başqalarının köməyi ilə yerinə yetirsin. Onun işi müştərilərə keyfiyyətli xidmət və onların əhval – ruhiyyəsini yüksəltməkdir. Onun üçün vacib olan işlərin vaxtında və yaxşı yerinə yetirilməsidir.

Ədəbiyyat:

1. Hüseynov T.Ə. “Müəssisənin iqtisadiyyatı” : Dərslik. Bakı-2005
2. Hüseynov T.Ə. “Firmanın iqtisadiyyatı” :Dərslik. Bakı-2009
3. Müəssisələr haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu. Bakı, 1996.

AZƏRBAYCANDA QADIN SAHİBKARLIĞININ İNKİŞAFI İSTİQAMƏTLƏRİ

*Abdullayev Əlirza Aqil oğlu
Məmmədov Saqib Yaşar oğlu,
“Sənayenin təşkili və idarəetmə” kafedrasının müəllimi
Mingəçevir Dövlət Universiteti, Azərbaycan*

Sahibkar “yenilik” və “yaradıcılıq” anlayışlarını özündə birləşdirən şəxsdir. Sahibkarlıq maliyyə, fiziki və sosial riskləri olan kifayət qədər səy və vaxt sərf edərək yeni dəyər yaratmaqdır. Bu fəaliyyət növündə qadınların aktivliyi artan dinamika ilə inkişaf edir. Qadınların iqtisadiyyatda rolunun artırılması həm də BMT-nin Dayanıqlı İnkişaf Məqsədlərinin 17 hədəfindən biridir.

2022-ci ilin 1 yanvar tarixinə ölkəmizdə hüquqi şəxs yaratmadan sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olmaq üçün qeydiyyatdan keçmiş sahibkarların 21,4%-ni qadınlar təşkil edib. Sahibkar qadınların 30,5%-i Bakıda, 10,1%-i Lənkəran-Astara, 8,8%-i Qazax-Tovuz, qalanları isə digər iqtisadi rayonlarda qeydiyyatdan keçib. Qadın sahibkarların əsas hissəsi xidmət (52,4%), kənd təsərrüfatı (24%) və digər sahələrdə fəaliyyət göstərirlər.

Qadınların özünüməşğulluğa və sahibkarlıq fəaliyyətinə təşviqi, qadın sahibkarlığının inkişafına dəstək göstərilməsi Kiçik və Orta Biznesin İnkişafı Agentliyinin (KOBİA) fəaliyyətində prioritet istiqamətlərdəndir. Qadınlar biznes fəaliyyətinə başlamaq və sahibkarlıq fəaliyyətini genişləndirmək üçün Agentliyin təlim, məsləhət, beynəlxalq ixtisasartırma, maliyyə resurslarına və satış bazarlarına çıxış, qrant, sərgilərdə iştirak, “kobmarket.az” ticarət portalı, daxili bazar araşdırması, “Startup” şəhadətnaməsi və s. dəstək və xidmətlərindən yararlanırlar. KOBİA tərəfindən 2021-ci ildə və cari ilin yanvar-fevral aylarında 30-a yaxın qadın sahibkarın ölkəmizdə və xaricdə keçirilmiş sərgilərdə iştirakı dəstəklənmişdir. 2021-

ci ildə Agentliyin KOB inkişaf mərkəzləri tərəfindən təşkil olunmuş təlim və məsləhət xidmətlərindən 9 minə yaxın qadın sahibkar və sahibkarlıq fəaliyyətinə başlamaq istəyən qadınlar faydalanıb. KOBİA-nın əlaqələndiricisi olduğu beynəlxalq ixtisasartırma proqramından faydalanmış sahibkar və menecerlərin 21%-ni qadınlar təşkil etmişdir.

Kiçik sahibkarlığa dövlət köməyi haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanununun 6-cı maddəsi kiçik sahibkarlığa dövlət köməyinin istiqamətlərini aşağıdakı kimi təsvir edir:

1. Kiçik sahibkarlıq subyektlərinə dövlət köməyi aşağıdakı istiqamətlərdə həyata keçirilir:

2. kiçik sahibkarlığın dəstəklənməsinin və inkişafının infrastrukturunun formalaşdırılması;

3. kiçik sahibkarlığa kömək proqramlarının hazırlanması və həmin proqramların həyata keçirilməsinin təşkili;

4. kiçik sahibkarlıq subyektlərinə maliyyə, maddi, elmi-texniki və informasiya resurslarının əldə etmələri üçün güzəştli şəraitin yaradılması;

5. kadrların hazırlanması, yenidən hazırlanması və ixtisaslarının artırılması sahəsində kiçik sahibkarlıq subyektlərinə kömək göstərilməsi;

6. kiçik sahibkarlıq subyektlərinin xarici-iqtisadi fəaliyyətinə, o cümlədən xarici tərəf-müqabilləri ilə istehsalat, maliyyə-kredit, ticarət, elmi-texniki və informasiya əlaqələrinin inkişafına kömək göstərilməsi;

7. kiçik sahibkarlıq subyektləri üçün dövlət qeydiyyatının (uçotunun), statistik və maliyyə hesabatlarının təqdim edilməsinin, onların istehsal etdikləri məhsulun (işin, xidmətin) sertifikatlaşdırılmasının sadələşdirilmiş sisteminin tətbiqi;

8. kiçik sahibkarlığın inkişafı üzrə tədqiqatların təşkili.

Qanunun bu müddəasında gender cəhətdən həssas yanaşmanın təşviqi, xüsusilə kiçik fərdi qadın sahibkarların xarici-iqtisadi fəaliyyətinin, o cümlədən istehsalat, maliyyə-kredit, ticarət, elmi-texniki və informasiya əlaqələrinin inkişafında üzləşdiyi çətinliklər nəzərə alınmır. Bu yanaşma dövlət dəstəyinin göstərilməsi üzrə ayrı-ayrı fəaliyyətlərin qeyd edildiyi digər maddələrdə də aktual qalır.

Dövlət Statistika Komitəsinin 2021-ci il yanvar ayının 1-i vəziyyətinə məlumatlarında fərdi sahibkar qadınların məşğul olduğu sahələr aşağıdakı kateqoriyalar üzrə bölünür:

1. kənd təsərrüfatı, meşə təsərrüfatı və balıqçılıq (36,3%),
2. nəqliyyat vasitələrinin təmiri və ticarəti (21,1%),
3. peşə, elmi və texniki fəaliyyət (3,5%),
4. daşınmaz əmlakla əlaqədar əməliyyatlar (1,9%),
5. turistlərin yerləşdirilməsi və ictimai iaşə (2,9%),
6. təhsil (3%),
7. fərdi istehlak üçün ev təsərrüfatlarının istehsal etdiyi mal və xidmətlərə dair fəaliyyət (6,3%),
8. və digər sahələrdə xidmətlərin təmin edilməsi (25%)

“2030-cu ilədək dayanıqlı inkişaf sahəsində Gündəlik”də global, milli və yerli inkişafın sosial, iqtisadi və ekoloji ölçülərinə dair aydın təsvir edilmiş və geniş inteqrasiya edilmiş yanaşma nəzərdə tutulur. Gündəlikdə gender bərabərliyi ilə digər

Dayanıqlı İnkişaf Məqsədləri (DİM) arasında bir çox əlaqələrin olduğu qeyd edilir və eyni zamanda, gender bərabərliyinin iqtisadi inkişaf və sosial rifahın artırılmasında mühüm rolunu vurğulanır.

Azərbaycan Respublikasının gələcəyə doğru mühüm siyasi konsepsiyası hesab edilən 2016-2020-ci illər üçün milli iqtisadiyyat perspektivi və 2025-dək uzun müddətli baxış üzrə Strateji Yol Xəritəsi 10 global dayanıqlılıq gündəliyi ilə vəhdət təşkil edir. Yol Xəritəsinə əsasən, özəl sektor iqtisadi inkişafın əsas aparıcı qüvvəsi kimi qəbul edilir və qadınların sahibkarlıq fəaliyyətlərinə cəlb edilməsinin inkişaf etdirilməsi də daxil olmaqla, insan kapitalının inkişafına xüsusi önəm verilir. Strateji Yol Xəritəsində ölkənin gələcək inkişaf mərhələsi dövlət tərəfindən idarə edilən və resurslara söykənən inkişafdan davamlı olaraq genişlənən özəl sektora və yüksək ixtisaslı insan kapitalına əsaslanan inkişafa keçid olaraq müəyyən edilir.

Sahibkarlığın inkişafına dövlət köməyi digər tədbirlərlə yanaşı, bu sektora əhalinin daha geniş kütləsinin cəlb edilməsini, insanların işgüzarlıq potensialının gerçəkləşməsinə əlverişli imkanların yaradılmasını nəzərdə tutur. İqtisadi və sosial inkişafın səmərəliliyinə nail olmaq, iqtisadi inkişaf və yüksəlişdən bəhrələnmək üçün cəmiyyətin hər iki cinsdən olan üzvləri özlərinin imkanlarını istifadə etməlidirlər.

Qadınlar özəl sektorda və sahibkarlıq fəaliyyətində uğur qazanmaq üçün sayca daha çox dəstəkləyici faktorlara ehtiyac duyurlar. Bu amillərə ailə dəstəyi, uyğun təhsil imkanları, ev işlərinin bərabər bölüşdürülməsi, ictimai yerlərdə sərbəst hərəkət və işəgötürənlər tərəfindən qadınlara qarşı bərabər və ədalətli münasibət daxildir.

Ədəbiyyat:

1. <https://aztv.az/az/news/5154/azerbaycanda-qadin-sahibkarligi-ne-qederinkisaf-edib>
2. <http://www.e-qanun.az/framework/3849>
3. <https://smb.gov.az/az/all-news/qadin-sahibkarlarin-iqtisadiyyatda-rolu-artir>
4. <https://www.stat.gov.az/source/gender/>

PEŞƏ TƏHSİLİ VƏ TƏLİMİ AZƏRBAYCAN İQTİSADİYYATININ İNKİŞAF AMİLLƏRİNDƏN BİRİ KİMİ

*İlyasov İlham Zahid oğlu
Hüseynova Emiliya Yəhya qızı, iqtisad elmləri namizədi,
dosent, kafedra müdiri
Mingəçevir Dövlət Universiteti, Azərbaycan*

Peşə Təhsili müəssisələrinin ölkə iqtisadiyyatına təsirinə beynəlxalq təcrübədə daha çox rast gəlinir. Buna görə də yüksək inkişafa nail olmaq istəyən inkişaf etmiş ölkələrdə peşə təhsili sisteminin müasirləşdirilməsinə xüsusi fikir verilir. Azərbaycan Respublikasında da ÜDM-a göstərəcəyi təsir nəzərə alınaraq peşə təhsili və təliminin inkişafına daha çox diqqət ayırmağa başlanılmışdır. Bu istiqamətdə həyata keçirilən tədbirlərdən biznes subyektləri ilə əməkdaşlıqların qurulması, peşə təhsili sistemində ixtisaslı yeni mütəxəssislərin cəlb edilməsi, əlavə maliyyələşdirmə mənbələrinin

müəyyən edilməsi və yaşlılar üçün peşə təliminin və ixtisasartırmanın təmin edilməsini qeyd etmək olar.

Nəzərə alınmışdır ki, peşə təhsili müəssisələrinin inkişaf etdirilməsi digər sektorların fəaliyyətinə də dolayı təsir etməklə real ÜDM-i nəzərdə tutulandan da çox artırır. Belə ki, peşə təhsili müəssisələrinin digər iqtisadi sektorlar ilə qarşılıqlı əməkdaşlığına nail olmaqla, həmin sektorların malik olduqları potensialının tam reallaşdırılmasına və bu sektora qoyulan investisiyalar nəticəsində ümumi iqtisadiyyata cəpaz təsirini görmək mümkündür. İşəgötürənlərlə tərəfdaşlığın qurulması tədbirləri təhsil və təlimin real sektor ilə əlaqələndirilməsi, məzunların məşğulluğunun təmin edilməsi kimi bir çox faydalar vəd edir. İşəgötürənlərlə əməkdaşlıq istiqamətlərinin genişləndirilməsi ikitərəfli qarşılıqlı fayda kəsb etməklə ölkədə davamlı və yüksək iqtisadi artım məqsədinin təmin olunmasına xidmət edəcəkdir.

PTM-lərin mövcud müəllim-pedaqoji heyətinin potensialını və peşəkarlıq səviyyəsini müəyyənləşdirmək məqsədilə Təhsil Nazirliyi tərəfindən diaqnostik qiymətləndirilmə aparılmışdır, onların bilik və bacarıqlarının artırılması üçün ixtisasartırma və yenidən hazırlama təlimləri təşkil edilir. Yeni müəllim heyətinin peşə təhsili və təlimi prosesinə cəlb edilməsi artıq mərkəzləşdirilmiş qaydada müsahibə yolu ilə (Müəllimlərin İşə Qəbul imtahanları ilə), rəhbər işçilərin işə qəbulu isə ilk dəfə olaraq elektron müraciət portalı vasitəsi ilə bir neçə mərhələdən ibarət olmaqla həyata keçirilir.

Hazırda Azərbaycan Respublikasında peşə təhsili və təlimi sisteminin 96%-i dövlət büdcəsi tərəfindən maliyyələşdirilir. PTM-in büdcədən asılılığını azaltmaq üçün onlar əlavə gəlir əldə etmək məqsədi ilə müxtəlif fəaliyyət növləri ilə məşğul ola bilər. Öz profil və fəaliyyət istiqamətlərinə uyğun olaraq ödənişli əlavə təhsil, məsləhət-konsaltinq xidmətlərinin göstərilməsi, təhsil məhsulunun (təhsil sahəsində innovasiyalar, orijinal təhsil və fənn proqramları, təlim metodları sistemi, təhsil modulları, təhsil layihələri) satışı, nəşriyyat-poliqrafiya işləri, tədris prosesində əldə olunan məhsulun satışı, müxtəlif təhsil proqramlarının tətbiqi, təhsil müəssisələrinin idman zalları və meydançalarının ödənişli istifadəyə verilməsi, digər iş və xidmətlərin göstərilməsi ilə büdcədən kənar vəsaitlərini artırır. Dövlət də öz növbəsində PTM-nin sahibkarlıq fəaliyyətinin həyata keçirilməsi üçün daxili və xarici investisiyaların cəlb edilməsinə əlverişli şərait yaradır ki, bu da onların gəlirlərinin artmasına, ölkənin iqtisadi artımına və yeni iş yerlərinin yaranması ilə sosial rifah səviyyəsinin ildən-ilə yüksəldilməsinə öz müsbət təsirini göstərir.

Ölkələr arasındakı əlaqələr genişləndikcə, rəqabət artdıqca yüksək ixtisaslı işçi qüvvəsinə tələbat yaranır. İqtisadiyyatın inqilabi texnoloji dəyişikliklər şəraitində məhz belə işçi qüvvəsinə və daha üstün fundamental iqtisadi bacarıqlara malik olan ölkələr üstünlük qazanır. Beynəlxalq aləmdə rəqabətə davam gətirmək üçün hər bir ölkənin prioriteti növbəti illərdə yüksək rəqabətli insan kapitalını formalaşdırmaq olacaqdır. Bundan başqa müxtəlif şirkətlər yeni texnologiyaların tətbiqi ilə əmək məhsuldarlığını artırmağa çalışırlar. Təhsil müəssisələri tərəfindən yüksək tələblərə cavab verən işçi kadrların hazırlanması tələbi müasir əmək bazarının ehtiyaclarına cavab verən maddi-texniki bazanın yaradılmasını zəruri edir. Buna görə də son bir neçə müasir peşə təhsili mərkəzləri tikilmiş, bəzilərinin maddi-texniki və tədris bazası

yenilənərək müasir tələblərə cavab verən səviyyəyə çatdırılmışdır.

Ölkəmizdə iqtisadiyyatın genişləndirilməsi, qeyri-neft sektorunun inkişaf etdirilməsi məqsədilə hazırlanan strategiyada insan kapitalının inkişaf etdirilməsi ən mühüm amillərdən biri kimi müəyyən edilmişdir. Peşə təhsili sistemi yüksək ixtisaslı və bacarıqlı kadrların hazırlanmasını həyata keçirməklə bu prosesə öz müsbət təsirini göstərə bilər. PTM-lərdə Dövlət Məşğulluq Mərkəzləri tərəfindən işsizliyin azaldılması məqsədilə yaşlılar üçün ixtisasartırma kursları təşkil edilir. İllər keçdikcə qısamüddətli kursların sayı artır və peşə təhsili müəssisələrindən istifadə səviyyəsi daha da yüksəlir. Bu, ölkədə işsizliyin azalmasına, əmək bazarında işçi qüvvəsinin kvalifikasiyasının və bacarıqlarının artmasına, eləcə də insanların özünüinkişaf vasitələrindən istifadə etməyə imkan verəcəkdir. Əmək bazarının tələblərinə uyğun kadr hazırlığının səviyyəsinin yaxşılaşdırılması üçün insanların yüksək keyfiyyətli təhsil almaq imkanları daha da genişləndirilməli, kadr hazırlığı birbaşa əmək bazarının tələblərinə uyğunlaşdırılmalı, peşə hazırlığı sisteminin inkişaf etdirilməsi tədbirləri çərçivəsində beynəlxalq sertifikatlara uyğun mütəxəssislər hazırlanmalıdır.

Ölkəmizdə peşə təhsilinin inkişafı və işsizliyin azaldılması istiqamətində həyata keçirilən hüquqi və təşkilati islahatların əsas məqsədi sabahın işçi qüvvəsinin dəyişən və rəqəbatlı əmək bazarının tələblərinə uyğun səviyyədə hazırlanmasıdır. Bu səviyyədə kadrların hazırlanması üçün peşə təhsili haqqında qanunla təsbit edilmiş yüksək texniki peşə təhsili səviyyəsi üzrə tədrisin üstünlüklərini də qeyd etmək lazımdır. Yüksək texniki peşə təhsili səviyyəsi öz növbəsində təhsilini ali məktəbdə davam etdirmək istəyən şagirdlər üçün yeni imkanlar açılır. Texniki peşə təhsili səviyyəsini bitirən məzunlar orta məktəb attestatı ilə yanaşı peşə-ixtisas (subbakalavr) təhsili sənədi əldə edir ki, gələcəkdə arzu etdikləri sahəni daha dərinlən mənimsəmək üçün imtahanızsız ali təhsil almaq şansı da qazanırlar. Peşə təhsilində istifadə olunan elektron dərsliklər və stimulyatorlardan istifadənin genişləndirilməsi ixtisas üzrə praktiki səriştələrin daha da yaxşı formalaşmasına xidmət edir.

XXI əsrin tələblərinə uyğun təhsil məqsədlərinə nail olmaq üçün yeni PTM-də tədris prosesində rəqəmsal səriştələrin aşılmasına diqqət yetirilir, STEAM tədris metodunun tətbiqi reallaşdırılır, indikindən əsaslı şəkildə fərqlənən yeni bacarıqlar, ixtisaslar və peşələrin tədrisinə xüsusi önəm verilir. Xüsusilə də, işğaldan azad olunmuş ərazilərə böyük qayıdış prioritetinin uğurla reallaşdırılması üçün azad olunan ərazilərə yaxın PTM-lərin prosesə sıx cəlb edilməsini zəruri edir. Dövlət-özəl tərəfdaşlığı nəticəsində PTM-lər mövcud maddi-texniki bazasının imkanlarından istifadə etməklə, quruculuq işləri, ekoloji təmiz texnologiyaların tətbiqi, təmiz enerji mənbələrindən istifadə, yaşıllıqların bərpası və artırılması, tullantıların təkrar emalı və çirklənmiş ərazilərin bərpası sahələri üzrə kadrların hazırlanması üçün töhvə verə bilər.

Ədəbiyyat:

1. Təhsil haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu. Bakı.2009.
2. Azərbaycan 2030: sosial-iqtisadi inkişafa dair Milli Prioritetlər. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2 fevral 2021-ci il tarixli Sərəncamı ilə təsdiq edilmişdir.

3. Azərbaycan Respublikasında peşə təhsili və təliminin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi. Bakı. 2016.

4. Azərbaycan Respublikası regionlarının 2019–2023-cü illərdə sosial-iqtisadi inkişafı Dövlət Proqramı. Bakı. 2019.

5. “Təhsil müəssisəsinin əlavə gəlir əldə etmək məqsədi ilə məşğul olmasına yol verilən sahibkarlıq fəaliyyəti növlərinin müəyyən edilməsi haqqında” Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin 10 Nəli 19 yanvar 2010-cu il tarixli qərarı.

6. Pilot peşə təhsili müəssisələrində məhsul və xidmət istehsalı və satışı üzrə fəaliyyətin qiymətləndirilməsi metodologiyası. Azərbaycan Respublikası İqtisadiyyat Nazirliyi, İqtisadi İslahatlar Elmi Tədqiqat İnstitutu. Bakı. 2019.

7. Dövlət və bələdiyyə tərəfindən yaradılan peşə təhsili müəssisəsinin Nümunəvi Nizamnaməsi. Bakı. 2019.

MÜƏSSİSƏLƏRİN DAYANIQLI İNKİŞAFINA TƏSİR EDƏN AMİLLƏRİN MÜƏYYƏN EDİLMƏSİ

*Rüstənzadə Fəridə Loğman qızı
Səfərova Təranə Allahverdi qızı Baş müəllim
Mingəçevir Dövlət Universiteti, Azərbaycan*

Məlumdur ki, dayanıqlıq kompleks daxili və xarici amillərin təsiri nəticəsində baş verir. Təsir edən amillər zəruri informasiya sahələri üzrə qruplaşdırılmış yəni bazarın əsas tədqiqat bölmələri üzrə qruplaşdırılmış, hadisə və tendensiyalardır. Amilləri metodlar üzrə bölmək olar: iqtisadi, qeyri iqtisadi, üsul, birbaşa və dolaylı təsir amilləri.

Onların nisbəti, təsiri, qarşılıqlı əlaqəsi yalnız hər hansı bir subyekt üçün deyil, bütün iqtisadi sistem üçün aktualdır. Müəyyən tarixi dövrlərdə birinin təsiri artır başqalarının təsiri isə azalır və yaxud əksinə ola bilər. Müəssisələrin müxtəlif xarakterli böhranları ötməsi, rəqabət mübarizəsində qalib gəlməsi iqtisadi dayanıqlılığın saxlamaq daha çox onun daxili amillərinin təsirindən yəni daxili mühitin vəziyyətindən asılı olur.

Daxili amillər qrupu özündə müəssisənin məqsədi, vəzifəsi, strukturu, texnologiyası və kadrlarını cəmləşdirir. İqtisadi stabil ölkələrdə daxili və xarici amillərin nisbəti kadrların xeyrinə formalaşır. İnkişaf etmiş ölkələrin təcrübəsi göstərir ki, müəssisələrin müflisləşməsində 3/1 hissə xarici amillər 3/2 isə daxili amillər iştirak edir.

Son dövrlərdə müxtəlif səbəblərdən xarici amillərin təsiri artmışdır. Bu xüsusilə beynəlxalq səviyyədə sabitliyi pozma istiqamətində iqtisadiyyatın sahələrinin, təsərrüfat subyektlərinin fəaliyyətini azaldır, tarazlıqdan çıxarır, milli iqtisadiyyatın onlardan asılılıq dərəcəsini artırır.

Bazar münasibətləri şəraitində müəssisələr xarici mühit amillərini inkar edə bilmir və onları yaxından izləyir və adekvat olaraq təsirinə reaksiya verirlər.

Bu gün xarici mühit amillərinin inkar edilməsi müəssisənin növbəti gün müflisləşməsi deməkdir.

Müəssisənin dayanıqlı fəaliyyətini müəyyən edən xarici mühit amilləri ona obyektiv və subyektiv amillər vasitəsilə təsir edir. Müəssisənin işinin səmərəliliyinə təsir edən hər bir amil müxtəlif formalarda təzahür edə bilər.

Ümumiyyətlə müəssisənin inkişafına təsir edən amilləri aşağıdakı kimi fərqləndirmək olar:

1 Milli qanunvericilik. Müəssisələr bütün fəaliyyətində normativ-hüquqi aktlara əməl etməlidir.

2 Resurs təminatı. Bu amil müəssisə fəaliyyəti üçün zəruri olan maddi, əmək və maliyyə resurslarının məcmusudur. Maddi resursların tərkibinə xammal, material, avadanlıq, enerji və s. daxil edilir.

3 Maliyyə resursları. Müəssisələrin inkişafına güzəştli kreditləşmə siyasətinin tətbiq edilməsi də müsbət təsir edir.

4 Tərəfdaşlar. Müəssisənin fəaliyyətinə, dayanıqlı inkişafına onun tərəfdaşları da əhəmiyyətli təsir edir.

5. Rəqiblər. Onlar müəssisələrin inkişafının hərəkətverici qüvvəsi hesab edilir. Rəqiblər rəqabətqabiliyyətli məhsullar buraxmaqla, heyət üçün daha əlverişli iş şəraiti yaratmaqla müəssisələri inkişaf etməyə sövq edir. Rəqabət mübarizəsi müəssisənin həm daxili, həm də xarici mühitinə təsir edir.

6 Məhsul istehlakçıları – müştərilər. Onlar son dövrlərdə xarici mühitin əsas amili kimi baxılır. Müəssisələrin inkişafına onların təsiri daha güclü olur. Xarici mühit istehlakçılar vasitəsilə müəssisələrə təsir edir və strategiyasını müəyyən edir.

Hər bir ölkədə mövcud iqtisadi vəziyyət müəssisənin inkişafına ciddi təsir edən amillərdən biridir.

Müəssisələrin fond birjalarında səhmlərinin qiyməti, enerji daşıyıcılarının qiyməti, milli valyutanın kursu, inflyasiyanın səviyyəsi, kredit üzrə faiz dərəcəsi və s. kimi göstəricilər iqtisadiyyatın inkişafına təsir göstərir. Müəssisələrin inkişafına daha ciddi ölkədə iqtisadiyyatın inkişaf fazaları təsir göstərir. İqtisadi yüksəliş işgüzar fəallığın artmasına, müəssisənin inkişafına məhsuldar təsir edir.

Müəssisənin inkişafına təsir edən ən mühüm amil elmi texniki tərəqqidir. Texnologiya, kompyuter texnikası, yeni material növlərinin yaradılması yeni kəşflər istehsalın bütün sahələrində köklü dəyişikliklərə səbəb olur.

Müəssisə dolayı təsir amillərinə özünün məqsədlərini, vəzifələrini, strukturunu, texnologiyasını və heyətini maksimum uyğunlaşdırmalıdır.

Müasir iqtisadi şərait istehlakçıların tələblərinin sürətli tempdə dəyişməsi, rəqabətin güclənməsi, tələbin mövsümlüyü və xarici mühitin digər amillərinin yüksək dinamikliyi ilə müəyyən edilir. Qeyd edilən təsir elementləri müəssisələrin fəaliyyətinin dayanıqlığı səviyyəsinin yüksəldilməsi ilə əlaqədar idarəetmə qərarlarının qəbulu texnologiyasını mürəkkəbləşdirir. V.İ. Zaxarçenkaya görə müəssisənin iqtisadi dayanıqlığı dedikdə təşkilatı, innovativ, logistik, istehsal, maliyyə-kredit fəaliyyətlərin qarşılıqlı əlaqə və qarşılıqlı təsirləri, maddi bazanın elmi-texniki səviyyəsi, resurs təminatının bütün spektrlərinin stabilliyi, kadr və intellektual inkişaf, innovasiya menecmentinin olması nəzərə alınmaqla onların kompleks xüsusiyyətləri başa düşülür. Bununla bərabər dayanıqlıq istehsal sisteminin özünün əsas funksional parametrlərini saxlamaq və yenilərini isə bərpa etmək qabiliyyəti ilə əlaqədardır.

Qeyd etmək lazımdır ki, sənaye müəssisələri istehsal sistemi olmaqla dinamikdir və buna görə də müəyyən ölçülər üzrə onun kritik həddini keçən ekzogen və endogen amillərin dəyişməsində dayanıqlılığın itirilməsi baş verir. Əks halda bu amillərin dəyişməsi yol verilən sərhəddə yerləşərsə sistem dayanıqlı vəziyyətdə çalışacaqdır.

Müəssisələrin fəaliyyətinin dayanıqlılığının pozulmasının əsas səbəblərindən biri xarici mühitin qeyri-müəyyənliyidir. Qeyd edilən qeyri-müəyyənliklə əlaqədar xarici mühitin amili keyfiyyətində aşağıdakılar çıxış edir:

- iqtisadi-siyasi;
- sosial-siyasi;
- ssuda kapitalı bazarı;
- satış bazarı;
- müəssisə-rəqiblər;
- xammal və materialların alış bazarı;
- dəstəkləyici sahələrin vəziyyəti;
- əmək bazarı;
- elmi-texniki tərəqqi;
- yeni texnologiya bazarı;
- ekoloji tələblər;
- digər amillər..

Bundan əlavə istehsal sisteminin dayanıqlı fəaliyyət göstərməsi üçün onun strukturunun dayanıqlılığını, həmçinin onun bütün elementlərinin dayanıqlılığını dəstəkləmək lazımdır.

Ədəbiyyatı:

1. T.Hüseynov.Müəssisə iqtisadiyyatı.Dərs vəsaiti. Bakı,2005.
2. E.Hacızadə. Dünya iqtisadiyyatı. Dərs vəsaiti. Bakı,2018.
3. F.Rəsulov.Iqtisadiyyatın əsasları.Dərs vəsaiti.Bakı,2004.
4. X.M.Yahudov.Müəssisə iqtisadiyyatı.Dərs vəsaiti. Bakı.2005.

KİÇİK VƏ ORTA SAHİBKARLIĞIN DAVAMLI İNKİŞAFINDA ƏLVERİŞLİ BİZNES MÜHİTİNİN ROLU

*Şükürov Xəyal Rasim oğlu
Hüseynova Emiliya Yəhya qızı, iqtisad elmləri namizədi,dosent, kafedra müdiri
Mingəçevir Dövlət Universiteti, Azərbaycan*

"Sahibkarlığın inkişaf etdirilməsi, sərbəst iqtisadiyyata yol verilməsi, bazar iqtisadiyyatının yaradılması bizim strateji yolumuzdur".

Heydər Əliyev

İnnovativ iqtisadi inkişafı təmin etmək, bazar iqtisadiyyatının güclənməsi və onun dayanıqlılığının təmini hazırkı şəraitdə ən zəruri amillərindəndir. Buna görə də sahibkarlığı daim genişləndirmək, onun dinamik inkişafı üçün daha da yaxşı şəraitin yaradılması, yerli ənənəvi sahələrin dirçəldilməsi və rəqabətqabiliyyətli istehsal üçün

əlavə tədbirlər görülməsi artıq müvafiq dövlət siyasətinin məqsədyönlü hədəflərindəndir.

Dünya iqtisadi praktikasından aydın olur ki, ölkənin iqtisadi inkişafı kiçik və orta sahibkarlığın vəziyyətindən birbaşa asılıdır. Belə ki, zəif inkişaf edən ölkələrdə bu təbəqənin payı həm ÜDM istehsalında, həm də məşğulluqda bir qədər kiçik olub. Belə ki, inkişaf etmiş ölkələrin bu istiqamətdəki siyasətləri sayəsində ümumi daxili məhsul istehsalında kiçik və orta sahibkarlığın töhfəsi 50 %-ə yaxın olduğu halda, bu rəqəm orta keçid mərhələsinə malik olan ölkələrdə təqribən 40, zəif templə inkişaf edən ölkələrdə isə 30 % müşahidə olunub. Bu göstəricilər kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinin ölkənin ixrac potensialında da mühüm rol oynadığından xəbər verir. Məşğulluğun təmin edilməsində isə ölkələrin inkişaf dərəcəsinə görə kiçik və orta sahibkarlıq 30 %-dən 45 %-ə qədər göstəriciyə malikdir. Odur ki, dünyada inkişaf arzusunda olan dövlətlərdə sahibkarlığın bu təbəqəsinin inkişafına verilən daimi diqqət dəstəyin əsas növü hesab olunur. Beynəlxalq praktika və müstəqilliyini 30 il əvvəl bərpa etmiş ölkəmizin də təcrübəsi kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinin iqtisadi inkişafın əsas təminatçısı, məşğulluğun və yeniliklərin önəmli və vacib mənbəyi olduğunu təsdiq edir.

Mikro, kiçik və orta sahibkarlıq subyektləri Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin 2018-ci il 21 dekabr tarixli 556 nömrəli qərarı ilə təsdiq edilmiş “Mikro, kiçik, orta və iri sahibkar meyarları”na uyğun olaraq müəyyən edilmişdir. Mikro sahibkarlara işçilərinin orta siyahı sayı 10 nəfərədək, illik gəliri 200 min manatadək olan, kiçik sahibkarlara işçilərinin orta siyahı sayı 11 nəfərdən 50 nəfərədək, illik gəliri 200 min manatdan 3000 min manatadək olan, orta sahibkarlara işçilərinin orta siyahı sayı 51 nəfərdən 250 nəfərədək, illik gəliri 3000 min manatdan 30000 min manatadək olan müəssisələr aid edirlər.

Təhlillər və araşdırmalara əsasən qeyd etmək lazımdır ki, inkişaf etmiş ölkələrdə mövcud müəssisələrin 99 %-i kiçik və orta sahibkarlığa aiddir. Kiçik və orta sahibkarlığın məşğulluqda payı 50-70, ümumi daxili məhsul istehsalında isə 50-60 % arasındadır.

Azərbaycanda aparılan islahatların nəticəsi olaraq 2021-ci il ərzində statistik vahidlərin (fərdi sahibkarlar istisna olmaqla) sayı 7,5 faiz artaraq 2022-ci il yanvarın 1-i vəziyyətinə 167 min 140 olub. Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatına görə, artım iqtisadiyyatın “Nəqliyyat və anbar təsərrüfatı”, “Su təchizatı; tullantıların təmizlənməsi və emalı”, “İnformasiya və rabitə”, “Əhaliyə səhiyyə və sosial xidmətlərin göstərilməsi”, “Ticarət; nəqliyyat vasitələrinin təmiri”, “Peşə, elmi və texniki fəaliyyət”, “Emal sənayesi”, “Daşınmaz əmlakla əlaqədar əməliyyatlar”, “Turistlərin yerləşdirilməsi və ictimai iaşə” və “Maliyyə və sığorta fəaliyyəti” sahələrində nəzərəcarpacaq dərəcədə olub. “Ticarət; nəqliyyat vasitələrinin təmiri”, “Digər sahələrdə xidmətlərin göstərilməsi”, “Tikinti”, “Kənd təsərrüfatı, meşə təsərrüfatı və balıqçılıq” və “Peşə, elmi və texniki fəaliyyət” sahələrindəki statistik vahidlərin xüsusi çəkisi daha yüksəkdir. Xüsusi mülkiyyətə aid olan statistik vahidlərin əsas hissəsi “Ticarət; nəqliyyat vasitələrinin təmiri” (31,1 faiz), “Digər sahələrdə xidmətlərin göstərilməsi” (17,6 faiz), “Tikinti” (9,9 faiz), “Kənd təsərrüfatı, meşə təsərrüfatı və balıqçılıq” (7,3 faiz), “Peşə, elmi və texniki fəaliyyət” (7,1 faiz) və “Emal sənayesi” (5,9 faiz) sahələrinin payına düşür.

Hazırda sabitliyə nail olmaq, neftdən asılılığı minimuma endirmək, işğaldan azad edilmiş əraziləri bərpa etmək, real iqtisadiyyatın inkişafını təmin etmək, perspektivi aydın görmək və əsas təməl kimi iqtidarla xalqın birliyinə nail olmaq həyatı əhəmiyyət kəsb edir. Azərbaycan rəhbərliyinin düşünülmüş siyasətində məhz bu amillər xüsusi diqqət çəkir. Ölkədə dinamik, çoxşaxəli sosial-iqtisadi inkişaf, günün tələblərilə ayaqlaşan dövlətçilik, davamlı islahatlar, beynəlxalq siyasət meydanında söz sahibi olmaq hədəfi uğurla reallaşır. Liberal iqtisadiyyat bərqərar olduğu üçün sahibkarlıq fəaliyyətinə dövlət bütün lazımi şəraiti yaradır və siyasi, hüquqi, maddi dəstək verir. Müasir şəraitdə bu proses daha da təkmilləşməsinə və süni maneələrin tezliklə, operativ aradan qaldırılmasını tələb edir.

Azərbaycan rəhbərliyi iqtisadiyyatda kiçik və orta sahibkarlığın önəmli roluna görə bu istiqamətə xüsusi diqqət yetirir, inkişafına əngəl olacaq halları təcili aradan qaldırmaq üçün operativ tədbirlər görür. Prezident İlham Əliyevin "Ölkəmizin gələcək inkişafı sahibkarlığın inkişafından asılıdır" strateji xəttinin reallaşması üçün biznes və investisiya mühitinin yaxşılaşdırılması ilə bağlı həyata keçirilən sistemli tədbirlərin sosial-iqtisadi inkişafda böyük əhəmiyyəti vardır. Dövlət başçısının mütəmadi olaraq sahibkarlığın inkişafı ilə bağlı verdiyi mühüm qərarlar, sərəncamlar biznes mühitinin yaxşılaşdırılması istiqamətində yeni mərhələyə qədəm qoymağı təmin edir, özəl sektorun sürətli inkişafını təmin etmək üçün lüzumsuz yoxlamaların qarşısı alınır. Ölkə Prezidentinin təşəbbüsü ilə sahibkarlıq subyektlərində yoxlamalar 3 il müddətinə dayandırılıb, lisenziya tələb olunan fəaliyyət növlərinin sayı 59-dan 37-yə endirilib. Lisenziyaların İqtisadiyyat Nazirliyi tərəfindən "ASAN xidmət" mərkəzlərində verilməsi, "Elektron lisenziya" portalının yaradılması, hüquqi maarifləndirmə, metodiki kömək, siyasi və maddi dəstək sahibkarlığın inkişafında xüsusi rol oynayır.

Azərbaycanda mikro, kiçik və orta sahibkarlığın inkişafına, o cümlədən maliyyələşməsinə dövlət dəstəyini təmin edən Sahibkarlığa Kömək Milli Fondu, Kənd Təsərrüfatı Kreditləri üzrə Dövlət Agentliyi, İnformasiya Texnologiyalarının İnkişafı Dövlət Fondu və Azərbaycan İnvestisiya Şirkəti kimi təsisatlar fəaliyyət göstərir. Dövlət rəhbərliyi kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinin fəaliyyətinə stimül vermək, bu sektoru gücləndirmək üçün ucuz avadanlıqlar, güzəştli və uzunmüddətli kreditlər verir, müvafiq qaydada maliyyə resursları ilə təmin edir və digər zəruri tədbirlər görür. Belə ki, pandemiya zamanı zərərçəkmiş fəaliyyət sahələrinə investisiya qoyuluşlarının sürətləndirilməsi və bu fəaliyyət sahələri üzrə məşğulluğun qorunub saxlanması məqsədilə həyata keçirilən tədbirlər çərçivəsində Sahibkarlığın İnkişafı Fondu sahibkarlara yeni verilən bank kreditləri üzrə dövlət zəmanətinin verilməsi və həmin kreditlər üzrə faizlərin subsidiyalaşdırılmasını, eləcə də mövcud kredit borcu olan sahibkarların kredit faizlərinin bir hissəsinin dövlət tərəfindən subsidiyalaşdırılmasını davam etdirir.

Dünyada hökm sürən iqtisadi və maliyyə böhranına diqqət etsək görürük ki, baş verən global böhran və durğunluq kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinin fəaliyyətinə daha az təsir göstərir. Kiçik və orta sahibkarlıq sosial-iqtisadi çağırışların tələbinə və müxtəlifliklərə rahat uyğunlaşır, ölkə bölgələri arasında iqtisadi inkişafda tarazlığı təmin edə bilir. Ən mühümü, kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinə yaradılan münbit şərait ictimai gəlir bölgüsündəki ədalətsizliyi minimum səviyyəyə

çatdırmaq imkanına malikdir. Göründüyü kimi, bu təbəqə ölkə iqtisadiyyatında vacib problemlərin və sosial məsələlərin də həllində mühüm rol oynaya bilər.

Ədəbiyyat:

1. Azərbaycan Respublikasında kiçik orta sahibkarlıq səviyyəsində istehlak mallarının istehsalına dair Strateji Yol Xəritəsi. Bakı. 2016
2. Azərbaycanda mikro, kiçik və orta sahibkarlıq. Statistik məcmuə. Bakı. 2021
3. <https://hafta.az/ugurlu-biznesi-nece-qurmaq-olar-316538-xeber.html>
4. <http://www.e-qanun.az/framework/41048>

İQTİSADİ İNKİŞAFDA REKLAMIN ROLU

*Vəliyeva Xanımətər Qoca qızı
Xəlilova Xəyalə Qəmbər qızı
Mingəçevir Dövlət Universiteti, Azərbaycan*

Müasir reklamın tarixi kökü ABŞ-da başlamış, 200 ilə yaxın bir tarixi əhatə edir. Həmin dövrdə şəhər mühitində tətbiq olunan reklamlar burjua elementi kimi qəbul olunmuş və kapitalizmin inkişafında böyük rol oynamışdır. Kapitalizmə yeni qədəm qoymuş Rusiyada və xüsusilə də Bakıda bu sahə insan həyatına daha intensiv olaraq daxil olmuşdur. O dövrdə Rusiyada və Azərbaycanda reklam plakat mənasında göstərilirdi. Plakat -fransız sözü olub-elan, afişa deməkdir. Artıq həmin dövr insanların həyatında istehsalçı – istehlakçı münasibətlərinin qurulmasında və şəhər mühitində məhsul və fəaliyyət haqqında informasiyanın çatdırılmasında plakat böyük rol oynayırdı. Plakatların reklam vasitəsi kimi tətbiqi çox çeşidliliyi mətbəələrin və şrift mədəniyyətinin yüksəlməsinə, reklam qrafikasının təkmilləşməsinə gətirib çıxarırdı. Belə bir şəraitdə də ölkəmizdə reklam bazarının ilkin forması formalaşmağa başlamışdır.

İlk açıq hava reklamlarının tarixi kökünü araşdırarkən tarixin reklamı və yarı reklamın tarixinə dair materiallarla Azərbaycanda daha çox üzləşirik. Tarixi mənbələrin araşdırmaları sübut edir ki, ölkəmizdə reklam qədim tarixə malik fəaliyyət sahəsidir. Tarixi reklamın ilk mənbələri qayaüstü rəsmlər Azərbaycanda ilk dəfə 1939-1940-cı illərdə Qobustanın cənub-şərq hissəsində (Böyük daş, Kişik daş, Cingirdağ və Yazılı təpə) aşkara çıxarılmışdır. Bu Azərbaycan reklamının proto reklamın ilk insan düşüncəsinin, onun psixoloji anının informasiya ötürücüsü kimi açıq havada daşlara həkk etməklə, daha da irəli getmiş, informasiyanın ötürülməsi baxımından əlaqənin yaradılması üçün ilkin şərait yaratmışdır. Yaxşı ki, bu tarixin reklamı bir vasitə olaraq daşlara hopdurulmuş və minilliklərdən keçərək bu gün də müasirlərimizi məlumatlandırır.

Azərbaycanda reklam işi öz fəaliyyətinə 1992 – ci ildə İcra Hakimiyyətindəki Şəhər tərtibatı, Reklam və Dizayn idarəsində başlamışdır. Azərbaycan Respublikası müstəqillik əldə etdikdən sonra, 1995 - ci ildə qəbul etdiyi “Konstitusiyaya” – ya görə ölkənin əsas istiqamətlərindən biri kimi bazar iqtisadiyyatına uyğunlaşması göstərilir. Bu da bizə imkan verir ki, köhnə feodal, çarizm və sovetlərdən qalmış ənənələri inkar

etmək və yeni inkişaf mərhələləri, prinsipial fikirləri dünyanın qloballaşma sxemində ideyası ətrafında reklam bazarının Azərbaycan modelini qurmağa şərait yaratdı. Bu modeldə köhnədən qalma bazisi atmaqla, yeni bazis üzərində regional iqtisadi əsaslara uyğun geosiyasi – iqtisadi məkanın üst quruluşunu formalaşdırmaq lazım gəlmişdir. Nəticədə, inkişaf etmiş ölkələrə yaxınlaşmaqla ölkədə sivil qaydalara uyğun istehsalçı – istehlakçı münasibətlərinin qurulmasına və onların ölkə xaricindəki əlaqələrin yaradılmasına şərait yaratmışdır. İstehsalın inkişafı məhsul artımına və onun həm də xaricə çıxarılması, tətbiqi üçün iqtisadiyyatın hərəkətverici qüvvəsi olan reklam vasitələrinin tətbiqi üçün geniş imkanlar açmış oldu. Bu da Azərbaycanın şəhər, rayon və magistrallarında reklam vasitələrinin yerləşdirilməsi üçün geniş şərait yaratmışdır. Dünyanın məşhur marketoloqlarının dilincə desək, reklam-kommunikasiya prosesidir. Reklam-məhsulların hərəkət etdirilməsi vasitəsidir. Mütəxəssislər çox haqlı olaraq reklamı ticarət mühərriki adlandırırlar.

Reklam haqqında Azərbaycan Respublikasının qanununda (03.10.1997) göstərilir ki, Reklam –fiziki və hüquqi şəxslər, əmtəə, ideya və yeniliklər (reklam informasiyası) haqqında maraq formalaşdırmaq və ya bu marağı saxlamaq, əmtəənin satılmasına, ideya və yeniliklərin həyata keçirilməsinə kömək göstərmək məqsədilə yayılan informasiyadır. [1] Göründüyü kimi, qanun Azərbaycan Respublikasında hüquqi və fiziki şəxslərin əmtəə, iş və xidmət bazarında reklam istehsalı, yerləşdirilməsi və yayımı prosesində meydana çıxan münasibətləri tənzimləyir. Həm də qanun reklamın geniş mənada müəyyənlənməsinə imkan verir. Reklam həmişə iqtisadi, sosial və təşkilati sahələrə, bütövlükdə cəmiyyətin inkişafına təkan vermiş və müasir dövrə gəlib çatmışdır. Reklam insan fəaliyyətinin dinamik və transformasiya olunan sferasıdır. Reklamın xarakteri, forması və mahiyyəti istehsal qüvvələrinin inkişafı, sosial-iqtisadi formalarının dəyişməsi ilə bərabər dəyişikliyə məruz qalır.

Müasir dövrdə reklam dünyada və ölkəmizdə biznes fəaliyyətinin ayrılmaz hissəsi olmuşdur. Reklama iqtisadiyyatın bütün sahələrində rast gəlmək olar. İqtisadiyyatın inkişaf mərhələlərində fəaliyyət növlərinin müvəffəqiyyətli təşkili ancaq informasiya texnologiyalarının tətbiqi ilə mümkün olmuşdur. Deməli, iqtisadiyyatın inkişafında müasir informasiya vasitələri reklam bazarının meydana gəlməsi üçün vacib şərait yaratdı. Reklam istehlak bazarının formalaşmasında, satışın həcmnin artmasına uyğun olaraq mənfəətin artmasında böyük rol oynadı. [2] Reklam fəaliyyətinin genişliyi reklama ciddi yanaşmağı tələb edir ki, reklamın səmərəsi yüksək olsun. Bu gün firmaların mənfəətlərində reklamın təsiri böyük olduğu üçün firmaların tərkibində reklam departamentləri, şöbələri yarandı. Həmçinin, iri reklam agentlikləri reklamın təşkilindən gəlir götürür. Reklam fəaliyyətinin və reklam bazarının araşdırılması dövrümüzün vacib vəzifələrindən biridir.

Reklam bilavasitə iqtisadiyyatın inkişafına müxtəlif vasitələrlə təsir göstərir. Nəticə etibarilə istehsal olunan məhsulların daim təkmilləşdirilməsinə, rəqabətin yaradılmasına, sahibkarlığın inkişafına, sonda isə əhəlinin həyat tərzinin və onların şüur və zövqünün formalaşmasına səbəb olur. Reklamın iqtisadi təsiri aşağıda qeyd olunanları müəyyənləşdirir:

- reklam iqtisadiyyatı faydalı informasiya ilə təmin edir;
- ticarət markasının dəyərini saxlayır və ya onu artırır;
- kütləvi informasiya vasitələrini saxlayır və inkişaf etdirir;

- malların tədavüldə qaldığı vaxtı qısaldaraq məsrəfləri azaldır;
- məhsulun dəyərinin, faydalı cəhətlərinin müəyyən edilməsinə, ondan istifadənin məlumatlandırılmasına köməklik göstərir;
- yeni məhsul növünün yaradılmasına stimül yaradır.

Ədəbiyyat:

1. Reklam haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu. Bakı, 1997.
2. Ələkbərov Ə.Ə., Zeynalov H.Ə., Kommerisya fəaliyyətində reklam. Bakı, 1999.
3. Axundbəyli P.X. Reklam fəaliyyətinin təşkili. Bakı, 2005

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДА АВТОМОБИЛЬ ЖОЛДАРЫН ДАМУ ЖӘНЕ ОНЫ ҚАРЖЫЛАНДЫРУ

Абдраук Р.М.

Л.Б.Гончаров атындағы Қазақ автомобиль-жол институты, Қазақстан

Мақалада автомобиль жолдарын дамытуды қаржыландыру мәселелері қарастырылады. Қазақстанның транзиттік әлеуетін тиімді жүзеге асыру еліміздің экономикалық саясатының негізгі бағыттарының бірі болып табылады. Елдің тұрақты экономикалық өсімін қамтамасыз ету үшін сенімді автомобиль жолдары желілерін қалыптастыру қажет. Автомобиль жолдарын дамыту мәселелері және автожол шаруашылығын қаржыландырудың қазіргі кездегі жағдайы анықталған. Автомобиль жолдарын салу, қайта құрастыру және жөндеуді қаржыландыруды арттыру үшін тек мемлекеттік қаражаттарды ғана емес, сонымен қатар мемлекеттік емес қаражаттарды мемлекеттік-жеке әріптестік тетігі арқылы тарту ұсынылған. Мемлекеттік-жеке әріптестік жобасы бойынша ақылы автомобиль жолдарын жол салу және жөндеу жұмыстарының сапасын артты. Автомобиль жол желілерін сапасын жақсартуға экономикалық және құқықтық ықпал ету тұтқаларының негізгі бағыттары қарастырылған. Автожол инфрақұрылымын дамыту және қаржыландыру мәселелерін шешу бойынша ұсыныстар берілген.

Кез келген мемлекеттің экономикалық өсуі көліктік кешеннің дамуымен байланысты. Көлік кешенінің дамуы, соның ішінде автомобильдер жолдары кешенінің дамуы елдегі бірқатар мәселердің тиімді шешілуіне ықпал ететіні сөзсіз. Автомобиль жол саласы Қазақстанның тасымал жүйесі негізгі салаларының бірі болып табылады. Автомобиль жолдарын жақсарту арқылы еліміздің келесідей мәселелерінің оңтайлы шешу бағыттарын анықтайды:

- туризм саласын дамыту;
- халықтың жүріп-тұру қозғалысын арттыру;
- жүк тасымалы транзиттерін арттыру;
- жүк және адам тасымалдары бойынша жолдың жақсы болуымен байланысты жанар-жағар майдың аз кетуі, уақыттың үнемделуі салдарынан тасымалдау шығындардың кемуі;

- жол бойында болатын кездейсоқ жол апаттарының болуын төмендету, яғни жол қауіпсіздігін арттыру.

Сонымен қатар, автомобиль жолдарының жақсартылуы және халықаралық стандарттарға сай болуы елдің және халықаралық тасымалдау қызметтерінің артуына алып келеді. Бұл өз кезегінде экономикалық белсенділіктің артуына, өндірістің дамуына, халықтың жұмыспен қамтамасыз етілуіне, елдегі экономикалық көрсеткіштердің артуына ықпал етеді.

Мақаланың әдістемелік және теориялық негіздері ретінде отандық және шетелдік ғалымдардың автомобиль жолдарын қаржыландыру мәселесі бойынша еңбектерінің мәліметтері қарастырылды. Қазақстанда автомобиль жолдарын дамыту және қаржыландыруды зерттеу барысында салыстырмалы талдау әдістері, ғылыми танымдың индуктивтік және дедуктивтік әдістері қолданылды.

Қазақстан Республикасының 2001 жылғы 17 шілдедегі N 245 Заңы Қазақстан Республикасында автомобиль жолдарын мемлекеттік басқарудың, оларды мемлекеттің және автомобиль жолдарын пайдаланушылардың мүдделерінде салудың, пайдаланудың және дамытудың құқықтық, ұйымдық және экономикалық негіздерін реттейді. Осы заңға сәйкес автомобиль жолы автомобильдердің және басқа да көлік құралдарының белгіленген жылдамдықпен, жүктемелермен, габаритпен үздіксіз, қауіпсіз жүрісін қамтамасыз ететін, автомобильдер жүрісіне арналған инженерлік құрылыстар кешені, осы кешенді орналастыру үшін берілген жер учаскелері және олардың үстіндегі белгіленген габарит шегіндегі әуе кеңістігі болып табылады [1].

Қазақстан территориясының географиялық орналасу ерекшелігін, яғни Азия мен Еуропаны байланыстыршы автомобиль жолдарының болуын тиімді пайдалану керек. Қазіргі халықаралық сауданың жаһандануы елдің транзиттік әлеуетін арттыруға мүмкіндіктер береді. Сонымен қатар автомобиль жолдары елдегі өндірістің тиімділігіне де көп әсерін тигізеді [2].

Қазақстанда автомобиль жолдары желісінің ұзындығы 128 мың км. құрайды, оның ішінде 89,7 мың км. жалпы пайдаланымдағы автомобиль жолдары болса, 42,4 мың км. шаруашылық автомобиль жолдары болып табылады.

Қазіргі кезде жалпы пайдаланымдағы автомобиль жолдары 1000 шаршы км. аумаққа 30,2 км., сондай-ақ 1000 тұрғынға 5,59 км. құрайды. Жалпы пайдаланымдағы автомобиль жолдары желісінде республикалық маңызы бар жолдардың ұзақтығы 2019 жылғы көрсеткіштер бойынша 24367 км., оның ішінде халықаралық маңызы бар жолдар 12301 км. және облыстық және аудандық маңызы бар жолдар 65365 км. құрайды [3].

Елімізде жалпы ұзақтығы 8258 км болатын алты негізгі халықаралық транзиттік дәліздер белгіленген: Өзбекстан шекарасы - Шымкент - Тараз - Бішкек - Алматы - Қорғас - Қытай шекарасы – 1137 км., Өзбекстан шекарасы - Шымкент - Қызылорда - Ақтөбе - Орал - Ресей Федерациясының шекарасы – 2048 км., Алматы - Қарағанды - Астана - Петропавл – 1669 км., Ресей Федерациясының шекарасы - Атырау - Ақтау - Түркіменстан шекарасы – 1420 км., Ресей Федерациясының шекарасы - Павлодар - Семей - Майқапшағай -

Қытай шекарасы – 1105 км., Астана - Қостанай - Ресей Федерациясының шекарасы – 879 км. Бірқатар дәліздердің өткізу қабілеттілігін пайдалану дәрежесі бойынша күрделі жөндеу жұмыстары жүргізілген.

«Республикалық деңгейде автомобиль жолдарын дамыту» бюджеттік бағдарламасын іске асыруға 2016 жылы – 327 002 456,0 мың теңге, 2017 – 266 028 873,5 мың теңге, 2018 жылы – 173 527 250,5 мың теңге, 2019 жылы – 184 402 715,0 мың теңге көлемінде қаржыландырылған.

«Ортақ пайдаланымдағы автомобиль жолдарын жөндеу және олардың сапасын жақсартуға бағытталған күтіп-ұстау бойынша жұмыстарды ұйымдастыру» бюджеттік бағдарламасын іске асыруға 2016 жылы – 100 620 287,3 мың теңге, 2017 – 167 359 258,0 мың теңге, 2018 жылы – 203 729 568,0 мың теңге, 2019 жылы – 270 613 635,0 мың теңге көлемінде қаржыландырылған. Ортақ пайдаланымдағы автомобиль жолдарын жөндеу және олардың сапасын жақсартуға бағытталған күтіп-ұстау бойынша жұмыстарды ұйымдастыруға бюджеттен бөлінетін қаржының жылдан жылға арту үрдісі байқалады [4, 5].

Қазіргі уақытта автомобиль жолдарының желісінің техникалық жағдайын қалпына келтіруге және қайта жаңалауға қаражаттар бөлінгенімен, олардың пайдалану шығындарына тиісті деңгейде назар аударылмайды. Бұл автомобиль жолдарының сапасыз жөнделуі салдарынан жөнделуді қажет ететін автомобиль жолдары артады. Осы жағдаймен байланысты жол жөндеу кәсіпорындарынан қойылатын талаптарды құқықтық деңгейде қатандату керек. Сондай-ақ жолдың техникалық деңгейін бақылап, қабылдап алатын бақылаушы органның да жұмыстарына сыбайлас жемқорлықты болдырмау негізінде заңдық талаптарды күшейту керек.

Нарықтық бәсекелестік қатынастары жағдайында автомобиль жолдарына сапалы қызмет көрсететін кәсіпорындардың маңыздылығын арттыру уақыт талабы болып табылады. Жол жөндеу кәсіпорындары арасында бәсекелестікті арттыра отырып, жол жөндеу жұмыстарына қойылатын талаптарды күшейту арқылы жоғарғы көрсеткіштерді қамтамасыз етуге болады [6].

Автомобиль жолдарының негізгі мәселелері – бұл жолдардың сапасының төмен болуы, оның техникалық жағдайының нашарлауы, автомобиль жолдарын күтіп ұстау және ағымдық жөндеу жұмыстары жеткілікті деңгейде жүргізілмеуі, жолбойы сервистік қызмет көрсетулердің нашар болуы. Бұл мемлекеттік қаржыландырудың жеткіліксіздігі, жол жөндеу кәсіпорындары арасындағы бәсекелестік жүйенің жолға қойылмауы, жол құрылысын қадағалау бойынша нормативтік құқықтық базаның әлсіздігі салдарынан туындаған мәселелер. Осы мәселелерді шешудің бір жолы автомобиль жолдарын жөндеу кәсіпорындарында заманауи, тиімділігі жоғары ресурс сақтайтын технологиялардың болуын қадағалау болып табылады.

Қазақстан Республикасында автомобиль жолдарының жақсартылуы, соның ішінде жол құрылысының дамуы, оның бәсекеге қабілетті әрі сапалы болуы оның жөндеу жұмыстарының қазіргі заманғы дамыған технологиялық жетістіктерді пайдалана отырып, жүргізетін жұмыстарға тікелей байланысты. Автомобиль жолдарының сапасына қазіргі жағдайда қалыптасқан мәселелер

елдің экономикалық жағдайына айтарлықтай әсер етеді.

Қазақстанның магистралды автомобиль жолдарының желісі, сондай-ақ халықаралық біртұтас көлік кеңістігін құрайтын жолдары арқылы еліміздің және өзге де елдерінің көліктері жүреді. Транзиттік тасымалдаушылар үшін халықаралық автокөлік дәліздерінің тартымдылығы жолдың сапалы болуымен қатар, жолбойғы сервис объектілерімен қамтамасыз етілуі мен сапалы қызмет көрсетулермен байланысты анықталады. Осымен байланысты транзиттік әлеуетті тиімді пайдалану және көлік қызметтерінің қалыптасқан нарықта тартымдылығын қамтамасыз ету қажет. Автомобиль жолдары бойынша тұтынушыларға қызмет көрсетуде жоғары сапа, жылдамдық және сенімділік қамтамасыз етілуі керек [7].

Халықаралық және республикалық маңызы бар жалпыға ортақ пайдаланылатын автомобиль жолдарын жөндеуді, күтіп-ұстауды және жол қызметін басқаруды қаржыландыру нормативтерімен белгіленген қаржыландыру аталған жұмыстарды толық деңгейде қамтамасыз ете алмайды. Автомобиль жолдарын күтіп ұстауға, ағымдық жөндеу жұмыстарын жүргізуге бөлінетін бюджеттік қаражаттардың жеткіліксіз болуымен байланысты жолдардың мерзімінен бұрын нашарлауы пайда болады. Осы жағдайларға байланысты қазіргі кезде ақылы автомобиль жолдарын қалыптастыру және мемлекеттік-жеке бизнес әріптестігі жобасы негізінде қаржы тарту жұмыстары жүргізілуде. Бұл бір жағынан, жұмсалған шығындардың негізделген бөлістірілуін қамтамасыз етсе, екінші жағынан автомобиль жолдарының сапасының артуына мүмкіндік береді.

Автомобиль жолдары саласын дамыту мен жақсартуда кешенді түрде келесідей бағыттарды ұсынуға болады:

- жол қатынастары жүйесін жетілдіру арқылы жолдардың сапасын арттыру және күрделі жөндеуден өткен жолдардың ағымдағы жағдайларын сақтауды нығайту;
- жол жөндеу қызметіндегі тиімділіктің болуын қамтамасыз ету және жөндеу қызметіндегі сапа деңгейін арттыру;
- жол жөндеу жұмыстары үшін қорларды мақсатты жобалау қаражаттарының жеткіліктілігін қамтамасыз ету;
- жол жұмыстарын орындау кезінде жолдың техникалық және экологиялық талаптарын қатаңдату, халықаралық стандарттарға сай болуына бақылауды қамтамасыз ету және олардың сақталмағаны үшін жауапкершілікті арттыру;
- мемлекеттік-жеке әріптестік жобасы негізінде орындалатын жұмыстарды құқықтық реттеу тетіктерін жетілдіру;

Қазақстанның географиялық орналасу жағдайы, территориялық аумағының кеңдігі, өндірістік күштердің орналасуы автомобиль жол тасымалын ел экономикасындағы маңыздылығын арттырады. Осымен байланысты автомобиль жолдары инфрақұрылымының жақсартуынан мемлекеттен де, кәсіпорындардан да жүргізілетін жұмыстарға жоғарғы жауапкершіліктің болуы талап етілуі қажет.

Әдебиеттер тізімі

1. Автомобиль жолдары туралы. Қазақстан Республикасының 2001 жылғы 17 шілдедегі № 245-ІІ Заңы (2019.19.04. берілген өзгерістер мен толықтырулармен) – <http://adilet.zan.kz/kaz/docs/Z010000245>
2. Можаров В.В. Транспорт в Казахстане: современная ситуация, проблемы и перспективы развития. – Алматы: КИСИ при Президенте РК, 2011. – 216 с.
3. ҚР индустрия және инфрақұрылымдық даму министрлігі автомобиль жолдары комитетінің статистикалық мәліметтері – <http://roads.miid.gov.kz/kk/pages/statistikalyk-dereker>
4. 2019 - 2021 жылдарға арналған республикалық бюджет туралы Қазақстан Республикасының Заңы 2018 жылғы 30 қарашадағы № 197-VI ҚРЗ. – <http://adilet.zan.kz/kaz/docs/Z1800000197>
5. 2018 жылғы республикалық бюджеттің атқарылуы туралы талдамалы есеп – <http://dep-finansi.miid.gov.kz/kk/pages/2018-zhylgy-byudzhettik-bagdarlamalardyn-kishi-bagdarlamany-n-iske-asyrylyu-turaly-akparat>
6. Қазақстан Республикасының 2020 жылға дейінгі көлік стратегиясы – <http://adilet.zan.kz/kaz/docs/P050000075>
7. «Нұрлы жол» инфрақұрылымды дамытудың 2015 – 2019 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасы – <http://adilet.zan.kz/kaz/docs/P1400001400>

АЛМАТЫ ҚАЛАСЫНЫҢ ЭКОЛОГИЯЛЫҚ ҚАУІПСІЗДІГІНЕ КӘСІПОРЫНДАР ҚЫЗМЕТІНІҢ ӘСЕРІ

*Алмагамбетова С.Т. т.ғ.к., доцент
Дүйсенбай М.С. Эко-19-2 топ студенті
Естемесова А.М. Эко-19-2 топ студенті
Алматы технологиялық университеті*

Екі миллионнан астам халқы бар Алматы қаласы Қазақстанның ең ірі урбанизацияланған орталығы болып табылады. Алайда қаланың дамуы мен индустрияландыруы мегаполис аумағында экологиялық тепе-теңдіктің бұзылуына әкеледі. Қаланың таулы жердің етегінде орналасуы атмосфераның төменгі қабатында зиянды заттардың жиналуына, сонымен қатар тозаң қоспасының түзілуіне әкеліп соғады. Алматы қаласында ауаның, топырақтың техногенді әсерлеріне байланысты ауыр металдармен ластануы негізгі экологиялық мәселелердің бірі болып табылады. Олай болса атмосфералық ауаның, топырақтың құрамына талдау жасап, бөлінетін зиянды заттардың қоршаған ортаға әсері жан-жақты зерттеліп, ластауды болдырмаудың тиімді шараларын белгілеу бүгінгі күннің өзекті мәселесі болып табылады.

Алматы қаласында орта және ірі кәсіпорындар, электр станциялары, жеке үй құрылысы жүйесі автокөлікпен қатар қоршаған ортаны ластаудың қарқынды көздері болып табылады. Жылу энергетикасы объектілері ластаушы түтіндердің жиынтық көлемінің шамамен 7% тиесілі. А. С. Мадиеков, В. С. Чередниченко атмосфералық жауын-шашын мен қар жамылғысындағы ластаушы заттардың

шоғырлануына салыстырмалы талдау жұмыстарын жүргізді. Қар жамылғысында аниондар мен катиондар жинақталмайды. Сонымен қатар, қар жамылғысы атмосфераның өлшенген заттармен ластануын зерттеудің маңызды құралы болып табылады. Өйткені қар жамылғысында тек қармен бірге түсетін заттар ғана емес, сондай-ақ қар түсуі арасында өлшенген бөлшектер тұндырады. Бұл тұндыру қар жамылғысының барлық кезеңінде жүреді. Мысалы, Мыңжылқы станциясында қар жамылғысының жатуының орташа кезеңі 181 күнді құрайды, алайда онда Cd мөлшері ($0,05 \text{ мг/м}^2$ жауын-шашын құрасында және $0,014 \text{ мг/м}^2$ қар жамылғысында) жауын-шашынмен түскен Cd-мен салыстырғанда түскен мөлшері аз. Бұл станцияда қар жамылғысында қорғасын мөлшері $0,44 \text{ мг/м}^2$ құрайды, ол қорғасынның жауын-шашынмен түскен мөлшерімен салыстырғанда, қар жамылғысындағы мөлшері көп екенін көрсетіп тұр. Мыстың ең көп мөлшері Алматы және Мыңжылқы станцияларындағы қар жамылғысына түседі - $3,10 \text{ мг/м}^2$ және $2,32 \text{ мг/м}^2$ [1].

Алматы станциясында жауын-шашынның құрамындағы ауыр металдардың кеңістіктік таралуы - As мен Cd жауын-шашын құрамында кездесуі барлық станцияларда шамалас болып келген. Тек мыстың мөлшері Алматы станциясында басым болған. Алматы қаласының ауасының ластануы бойынша зерттеу жүргізген бірнеше ғалымдар бар. Алматы ауасына негізінен күкірт диоксиді, азот, фенол диоксидтерінің қосылыстары кіреді. Бірақ ең қауіпті болып формальдегид саналады, ол онкологиялық ауру тудырады. Алматыда тыныс ауруларының даму тәуекелі 8 есе, ал жүрек-тамыр аурулары 4 есеге дейін жетеді. ТЭЦ-1 отыннан газға ауысты, енді ТЭЦ-2 ауыстыру сұрағы қарастырылуда [2].

Экологиялық ақпараттармен қалыптасқан талдауда ірі мегаполистің жылуэнергетикалық өнеркәсіп жүйесінің нысандарынан, автокөліктен лас заттардың шығарындылары әсерінен елеулі мәселе туындап отырғаны көрсетіліп тұр [3].

Ауа бассейні ластануының негізгі үлесі, қырық пайызын құрайтын, автокөліктерден шығатын шығарындылары. Зиянды заттардың алпыс пайызы қоршаған ортаға орташа және кіші кәсіпкерліктің, жеке сектордың, жылуэнергетикалық нысандардың құбырларынан келеді. ТЭЦ-2 негізгі отыны - ай сайын 400 мың тонна және одан да жоғары мазут жұмсалады, экологиялық жағдайды жақсарту мақсатында жұмыстар жүргізілуде. Электроэнергияны жылына 200 млн.кв/сағ дейін жоғарылатуға негізделген, градирняларға реконструкция өткізіліп жатыр. Соңғы жылдар бойынша, станцияларда шаң ұстағыштар, 99,2% дейін күл ұстағыштар дәрежесімен жаңа эмульгаторлар орнатылған. Бірақ жылуэнергетикалық нысандардың қаланың экологиялық жағдайына әсері әлі де жоғары.

Алматы қаласы бойынша зиянды заттармен ластануда ерекше орында тұратын азот диоксиді (NO_2), күкірт диоксиді (SO_2), көміртек оксиді (CO) және өлшенген заттар болып табылады. ТЭЦ-1, ТЭЦ-2 жыл бойы табиғи газбен жұмыс істеуін қамтамасыз ету, жеке секторды газификацияландыру; Алматы қаласында көліктерді табиғи газға ауыстыру; көліктердің пайдаланылған газдарының түгін мен ұйыттылықтың нормасын қадағалауын күшейту; қаланың

автомоторлық отынның сапасының мониторингін жүргізу; көліктің жол айрығының құрылысы және жолдардың күрделі жөндеуі, жолдардың құрылысы; Ағаштар отырғызу жұмыстарын жүргізу; өндірісті экологизациялау үшін экономикалық ынталандыру мақсатында механизмдер қажет.

Әдебиеттер тізімі:

1 Дулатова, Г. Қоршаған ортаның негізгі компоненттері: оқу құралы. - Астана: Фолиант, 2015. 224 б.

2 Сейтқазиев, Ә.С. Қоршаған табиғи ортадағы жүйелік талдау. System Analysis of the Environment: оқу құралы. - Алматы: Бастау, 2021. 264 б.

3 Инюшин В.М., Тулеуханов С.Т., Гумарова Л.Ж., Кулбаева М.С. Экологиялық биофизика: оқу құралы. - Алматы: Қазақ университеті, 2018. 126 б.

4 Исмаилова, А.Г. Қоршаған орта объектілерін талдаудағы химиялық және аспаптық әдістер: оқу құралы. - Алматы: Қазақ университеті, 2018. 156 б.

Секція 4

Світові інтеграційні процеси як тенденція розвитку національної економіки

РАЗВИТИЕ ВОЗОБНОВЛЯЕМОЙ ЭНЕРГЕТИКИ В АЗЕРБАЙДЖАНЕ

*Алиев Сабир Элдар, магистрант
Мингечевирский Государственный Университет, Азербайджан*

Охрана природы и защита окружающей среды означает защиту людей и всего живого мира. Поэтому защита природы и окружающей среды является одним из основных направлений внешней и внутренней политики нашего государства.

Исследования показали, что тепловые и атомные электростанции входят в число крупнейших промышленных предприятий по уровню загрязнения окружающей среды и атмосферы. Это связано с выбросом токсичных веществ при сжигании большого количества органического топлива в паровых котлах тепловых электростанций. Атомные электростанции также используют большое количество воды. Однако, как известно, в настоящее время основная часть выработки электроэнергии приходится на эти типы станций.

Энергоснабжение играет значимую роль в обеспечении экономической безопасности в стране. К тому же, как известно, запасы углеводородов уже истощены. Увеличение экологических проблем и истощение традиционных энергетических ресурсов сделали использование альтернативных источников энергии еще более актуальным, поэтому необходимо уделять внимание увеличению использования возобновляемых источников энергии.

Обнадеживает рост инвестиций в эту область в последние годы. По данным в 2020 году инвестиции в альтернативную энергетику впервые в ее истории превзошли традиционную энергетику.

Несмотря на то, что в настоящее время в Азербайджане нет проблем с энергоснабжением, этому вопросу следует уделить внимание, поскольку в ведущих мировых компаниях уже стоит на повестке дня переход от статуса нефтяной компании к статусу энергетической компании.

Развитие возобновляемой энергетики является для нашей страны приоритетом. Возобновляемая энергетика расширит экспортные возможности нашей страны и превратит Азербайджан в крупного производителя и экспортера электроэнергии.

В Азербайджане имеется огромный потенциал «зеленой» энергетики. Потенциал возобновляемых источников энергии в стране оценивается в 27 тысяч МВт, а потенциал Каспийского моря, связанный с производством возобновляемой энергии, превышает 150 МВт.

Однако следует отметить, что невозможен быстрый переход с традиционных способов выработки электричества к экологически чистым.

Нужны инвестиции, время, большие усилия. Нефть, газ и уголь в качестве источников энергии не будут в одночасье списаны со счетов. Они по-прежнему останутся, нужда в них сохранится. Поэтому в Азербайджане принята стратегия плавного перехода от традиционных методов к новым при сохранении разумной пропорции и реалистичных темпов.

Энергетическая безопасность нашей страны полностью обеспечена, экспорт природного газа и электроэнергии положительно влияет на энергетическую безопасность других стран. Но мы также должны знать, что страна стремительно развивается. По итогам прошлого года наша промышленность, не связанная с нефтью и газом, выросла примерно на 20 процентов. Население страны растет, спрос увеличивается. Поэтому, конечно, мы должны серьезно заняться производством новых видов энергии.

Предпосылками для этого стали такие факторы, как существование в нашей стране огромного потенциала для производства электроэнергии из возобновляемых природных источников. Солнечную энергию можно извлекать практически по всей стране, а по части использования силы ветра наиболее многообещающими являются Хызинский, Хазарский, Абшеронский, Гобустанский районы, а также сама столица Баку, то есть восточная часть страны.

Большой потенциал имеется также в восстанавливаемых Карабахском и Восточно-Зангезурском экономических регионах. Солнечной энергией наиболее «богаты» Кяльбаджар, Лачин, Губадлы, Зангилан, Джебраил и Физули, а своими сильными ветрами, достигающими до 8 метров в секунду, славятся Кяльбаджар и Лачин.

Конечно же, отдельно стоит отметить энергогенерируемый потенциал, имеющийся в силах водных потоков горных рек. Тертерчай, Базарчай, Хаккари, к которым добрался наш народ благодаря операции «Железный кулак», также внесут свою лепту в производство электроэнергии без вреда для атмосферы.

Все это позволяет Азербайджану с уверенностью планировать достижение к 2030 году доли энергии, извлекаемой из возобновляемых источников, до 30%, и позволит нашему государству достичь взятое на себя по Парижскому климатическому соглашению обязательство по снижению к 2030 году эмиссии парникового газа на 35%. Это станет триумфом не только энергетической стратегии Азербайджанского государства, но и экологической.

Литература:

1. <https://report.az/analitika/yasil-enerjiye-yasil-isiq/>
2. Milli iqtisadiyyat və iqtisadiyyatın əsas sektorları üzrə strateji yol xəritələri. Bakı, 6 dekabr 2016-cı il

ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ЗАМИНИРОВАННЫХ ТЕРРИТОРИЙ

*Алиева Гюлара Камал гызы
Гянджинский Государственный Университет*

Земля, это общий дом человечества в целом. Здоровое сосуществование Земли, общего дома всех людей, на самом деле является гарантией будущего всего человечества.

На основе научно-технической революции XIX-XX вв. произошло развитие производительных сил и производственных отношений, что создал органическую почву для уютного сосуществования людей, которое привело к быстрому росту населения земли. И удовлетворение потребностей людей в жизненно важных товарах с экстенсивными методами, привела к разграблению земных ресурсов и этим нанесла колоссальный ущерб нашей планете.

Не обдуманная деятельность человека в погоне за прибылью, его эгоистическое деяния, проводимые ими войны, освоение космоса, промышленные отходы, пестициды и другие токсичные химические вещества нарушили экологический баланс. По мнению ученых, если не предпринять серьезные меры, то планету Земля ждут более страшные процессы. К сожалению, мы уже чувствуем первые признаки этого.

По статистике, с проблемой опустынивания сталкиваются 100 миллионов человек во всем мире. Жить в пустынных районах уже невозможно, и каждый год 10 миллионов человек вынуждены покидать свои родные очаги - дома.

Мир уже переживает продовольственный кризис. Например, 70-80% населения Африки голодают. Изменение климата оказала серьезное влияние на мировые водные ресурсы, и люди уже столкнулись с серьезными проблемами водоснабжения. В настоящее время около 1 миллиарда человек в мире нуждаются в питьевой воде.

Как известно, экологические проблемы не остались незамеченными и в нашей стране. Примеру этому можно привести опустынивание земель, эрозия почвы, засоление, загрязнение рек, Каспийского моря, выброс ядовитых газов в атмосферу, «кислотные дожди» и так далее.

Враждебная политика Армении в отношении Азербайджанской Республики на протяжении последних 30 лет, принесла нашей стране серьезные социально-экономические и экологические проблемы.

К сожалению, на оккупированных землях уже много лет без ведения хозяйства остались наши богатые земли – редкие леса, реки, родники, пещеры и другие памятники природы: Баситчайский заповедник в Зангиланском районе, Гара-гель в Лачинском районе и др. Всеми миру известно, что редкие деревья Зангиланского, Губадлинского лесов, районов Чайзами, Топмеша вырублены и вывезены в зарубежные страны.

Наши горно-рудные и нерудные ресурсы были разграблены. Кроме того, армяне неоднократно поджигали как леса, так и пашни, нанося серьезный ущерб флоре и фауне этих районов.

В тех местах были вырыты траншеи, зарыты пехотные и противотанковые мины. Рытье траншей нарушило механическую структуру почвы, загрязнило почву различными военными боеприпасами.

В статье мы постарались предоставить информацию о возможных экологических изменениях в результате проводимой войны Арменией на исконно азербайджанских землях против азербайджанцев.

Заминированные районы на протяжении сотен лет будут представлять угрозу для наших земель. В настоящее время в этих районах ведутся работы по разминированию. Практически каждый день мы получаем информацию из СМИ о ранениях и гибели солдат и мирных жителей на минных полях.

Мины имеют как физическое воздействие, так и опасное химическое воздействие. Взрывчатка внутри мин представляет собой смесь тринитротлуола и нитроглицерина.

Тротил или 1-метил-2,4,6-тринитробензол — малорастворимое в воде взрывчатое, желтое кристаллическое вещество. Он химически стоек и длительное время сохраняет взрывоопасные свойства. При взрыве выделяется большое количество ядовитого угарного газа.

Нитроглицерин или глицеринтринитрат — мощное взрывчатое вещество, нерастворим в воде и взрывается даже при очень медленном прикосновении.

Кроме того, при взрыве мин образуются большие ямы. По оценкам, взрыв противотанковой мины уничтожает 15 м³ почвы, а взрыв противопехотной мины 0.6 м³.

При минных взрывах почва загрязняется металлическими отходами, в результате взрыва теряются запасы гумуса, поглощаются азот, фосфор и калий. Увеличивается количество пылевых частиц, нарушается водный баланс почвы, ухудшаются водопроницаемость и плотность. В результате ухудшения качества почв снижается плодородие.

Взрыв представляет серьезную угрозу для здоровья людей, оставив людей инвалидами и калеками. Кроме того, следует отметить, что даже после окончания войны заминированные территории держат людей в состоянии морального страха, что противоречит правам человека.

Литература:

1. Əliyev A. “Kimya-ekologiya”. Bakı, 1996
2. Mikayılov N.K., Nuriyev C.Q., Nuriyeva K.Q. Ekologiya hüququ, Bakı, 2000

ЕКОЛОГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ІНСТРУМЕНТ МЕХАНІЗМУ ЕКОЛОГІЧНОГО РЕГУЛЮВАННЯ

Безпала В.Д.

*Науковий керівник: Кирчата І.М., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

За останнє десятиріччя екологічна діяльність як одна з складових збалансованого розвитку стає все більш економічно виправданою, дозволяючи

підприємствам використати пов'язані з нею різноманітні прямі і непрямі переваги і вигоди, а також буди більш соціально відповідальними.

Сутність якісних змін, що відбуваються в підходах до розв'язання екологічних проблем, полягає в поступовій відмові від переважання традиційних адміністративно-командних методів управління і переході в основному до сучасних ринкових механізмів екологічного регулювання. Саме екологічний менеджмент є загальновизнаним шляхом практичного розв'язання екологічних проблем, насамперед проблем, пов'язаних з виробництвом і споживанням товарів і послуг. Діяльність в галузі екологічного менеджменту знайшла широкий практичний розвиток в усіх промислово розвинених і багатьох країнах, що розвиваються. З нею пов'язуються найбільш значні досягнення в розв'язанні екологічних проблем промислового виробництва за останні роки. Екологічний менеджмент - це система управління тими видами діяльності, які завдають або потенційно можуть нанести шкоди навколишньому середовищу; це тип управління, принципово орієнтований на формування розвитку екологічного виробництва і екологічної культури життєдіяльності людини, який побудований на соціально-економічному й соціально-психологічному мотивуванні гармонії взаємин людини із природою.

Формування системи екологічного менеджменту починається з розробки, затвердження і публічного декларування підприємством екологічної політики і цілей. Обов'язковою складовою частиною будь-якої системи екологічного менеджменту є незалежна оцінка досягнутих результатів (аудит), періодичний аналіз і перегляд системи менеджменту загалом з участю керівництва підприємства.

Екологічний менеджмент є не стільки виконанням певних формальних вимог, скільки різноманітною активною практичною діяльністю, зрозумілою і доступною для всіх фахівців і персоналу підприємства взагалі. До найважливіших напрямів практичної діяльності в галузі екологічного менеджменту, закріплених в стандартах серії ISO 14000 і ряді інших документів, відносяться:

- обґрунтування, демонстрація, практичне використання екологічної політики і цілей підприємства; публічне декларування основних принципів, зобов'язань і напрямів ініціативної екологічної діяльності, що підтримують розвиток процесів послідовного поліпшення скрізь, де це практично досяжно;
- визначення для кожної з прийнятих цілей показників і критеріїв планування діяльності і оцінки результатів, що досягаються; активне використання різноманітних внутрішніх кількісних показників, що самостійно розробляються підприємством, насамперед питомих показників;
- обґрунтування конкретних екологічних завдань; визначення відповідних кількісних і якісних показників і критеріїв для кожної з прийнятих екологічних цілей на період, що планується;
- ефективне планування і організація екологічної діяльності відповідно до прийнятих цілей і завдань; розробка конкретних заходів і дій для кожної з поставлених екологічних цілей і завдань з урахуванням пріоритету заходів і дій щодо запобігання негативному впливу на навколишнє середовище;

- залучення всього персоналу підприємства в екологічну діяльність; раціональне і ефективне використання всіх можливостей, що є на підприємстві, для розв'язання екологічних проблем;
- регулярні аналіз і оцінка досягнутих результатів діяльності; систематичний перегляд і вдосконалення екологічної політики, планування і організації діяльності відповідно до досягнутих результатів; використання незалежної оцінки результатів діяльності (екологічний аудит);
- здійснення підприємством активної зовнішньої екологічної діяльності; розвиток відносин і конструктивна співпраця з усіма зацікавленими в екологічних аспектах діяльності підприємства особами і сторонами: акціонерами, інвесторами, партнерами, споживачами, постачальниками, конкурентами, громадськістю і населенням;
- підготовка і поширення ініціативної екологічної звітності («зелена» звітність); аналіз звітності.

В умовах реструктуризації і зміни форм власності використання ринкових механізмів екологічного регулювання особливо актуально, оскільки існуючі в Україні моделі організації та управління природокористуванням не забезпечують узгодженості економічних і природоохоронних цілей в масштабах країни, що обумовлює необхідність розробки системи екологічного менеджменту як більш прогресивної моделі організації управління природокористуванням в умовах ринкових трансформацій.

Система екологічного менеджменту підприємства має функціонувати так, щоб показники екологічності постійно підтримувалися на рівні екологічних вимог, які постійно зростають, і забезпечували своєчасну не капіталомістку модернізацію технологічних вузлів і систем. Такі показники еколого-економічної безпеки мають велике значення як для стану екологічної безпеки, так і для економічного функціонування в цілому.

Література:

1. Екологічне підприємництво : навчальний посібник / [Шевчук В.Я., Саталкін Ю.М., Навроцький В.М. та ін]. К. : Мета, 2001. 191 с.
2. Галушкіна Т.П. Экономические инструменты экологического менеджмента (теория и практика). Одесса: Институт проблем рынка и экономико-экологических исследований НАН Украины, 2000. 280 с.

ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ COVID-19 НА СВІТОВІ МОРСЬКІ ПЕРЕВЕЗЕННЯ

Белятинська А.А.

*Науковий керівник : Клименко І.С., к.т.н., доцент
Національний транспортний університет*

Відомо, що близько 90% світової торгівлі здійснюється з використанням морського транспорту, який і досі залишається одним з самих «дешевих» видів транспорту. При цьому найбільш очевидними негативними наслідками пандемії

COVID-19 для галузі стали падіння ставок морського фрахту, надлишок вільних контейнерів та швидке введення нових екологічних вимог.

Світовий контейнерний індекс, що відображає середню вартість фрахту, поступово знижувався з середини грудня 2019 року у зв'язку із сезонними факторами [1], однак у лютому-березні 2020 року стався різкий обвал цін на 15%.

У той же період середній час очікування кораблями розвантаження у шести найбільших портах світу був на 32% нижче за середні значення. Проте вже наприкінці квітня цей показник на 20% перевищував середні значення, показуючи поновлення транспортної активності. Надалі згідно з прогнозами очікується її поступове відновлення. На тлі скорочення обсягів морських вантажоперевезень одинадцять із дванадцяти найбільших морських ліній змушені були повернути взяти в оренду судна їх власникам. Основні скорочення припали на датську компанію Maersk та міжнародну компанію MSC (зі штаб-квартирою у Швейцарії). Загалом вони відмовилися від суднів сукупною вантажною місткістю 236 тис. двадцятифутових еквівалентів. Водночас, перевізник НММ (Південна Корея) з тих же причин зіткнувся зі зростанням кількості вільних судів, отримавши назад орендовані раніше транспортні засоби. Через швидке відновлення попиту на морські перевезення після світового локдауна, спричиненого пандемією COVID-19 та відновлення роботи портів виник дефіцит контейнерів, який спричинив збільшення середньосвітової вартості перевезення одного контейнера майже на 370% за останній 2021 рік. На деяких напрямках, які користуються популярністю, ціни зросли на 500%. Пандемія спричинила хаос та фінансові проблеми не тільки в транспортній галузі, а у галузі виробництва товарів. Першою країною, яка змогла вийти з пандемічної кризи став Китай. Оперативна робота по відновлення експорту товарів зайняла декілька місяців від початку пандемії в Європі та США, що дало змогу Китаю опинитися на більш вигідній позиції. Але основна проблема полягала в тому, що контейнери, доставлені транспортними компаніями з Китаю до США не проходили зворотній шлях, а залишались в портах США. Це було пов'язано з тим, що вантажі, які доставлялись в європейські та американські порти оброблялись набагато довше ніж до пандемії. Затримки відбувалися і на зворотньому шляху до Китаю на етапі завантаження товару в контейнери. Через вищенаведені причини збільшився в два рази середній час обігу одного контейнера. Через затримки і накопичення контейнерів за межами Китаю виник дефіцит контейнерів, а тариф на контейнерні перевезення зріс в рази. На рисунку 1 наведено глобальний індекс ставок контейнерного фрахту.

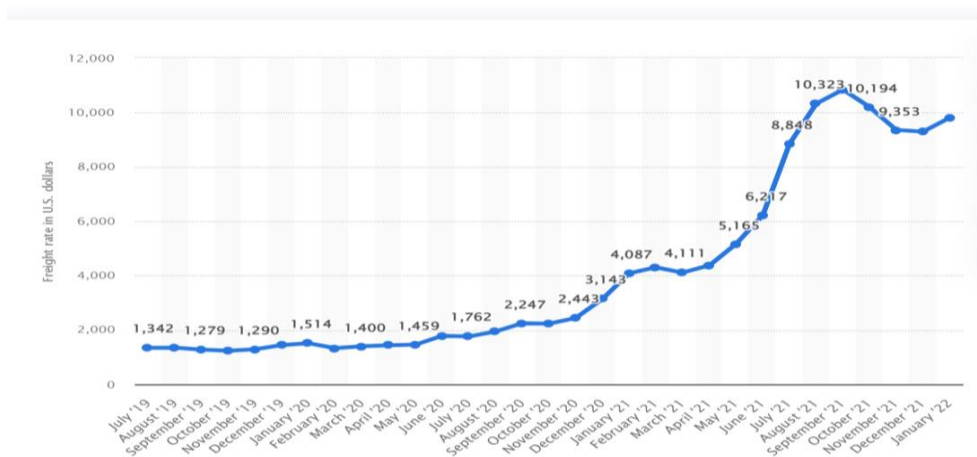


Рис.1 Глобальний індекс ставок контейнерного фрахту з липня 2019 року по січень 2022 року (у доларах США) [2]

Швидке зростання у ставках фрахту відбулося у деяких регіонах, що розвиваються, таких як наприклад Африка і Латинська Америка. На початку 2021 року ставка фрахту була пікова на всіх маршрутах. У порівнянні, мінімальне підвищення у ставці фрахту було зафіксовано на Північному американському маршруті (+63 відсотки), в той же час ставка фрахту з Китаю у Південну Америку була вища на 443 відсотки, ніж середня ставка для цього маршруту. Ці відмінності зумовлені тим, що довші маршрути, такі як: Китай - Південна Америка і Китай - Західна Африка, вимагають більше суден щотижневого обслуговування, тому велика кількість контейнерів мала великі затримки саме на цих напрямках [3]. Тому, коли порожні контейнери були у дефіциті, імпортер у Бразилії або Нігерії повинен був платити не лише за транспортування повного імпортного контейнера, але й за утримання порожнього контейнера.

Отже, морські перевезення займають значну долю всіх світових перевезень. Відбувається розширення мережі перевезень, збільшується асортимент продукції та змінюється вантажопідйомність суден. Пандемія та карантинні обмеження виявили неготовність морських перевезень до таких глобальних змін в умовах роботи транспорту, що відобразилося на кожному підприємстві, яке працює в полі світової торгівлі. Тому потрібно знаходити шляхи та методи зниження негативного впливу таких ситуацій в подальшому «економічному житті» кожного такого підприємства.

Література:

1. Примачев Н.Т., Кузьменко Е.М. Проблемы управления устойчивостью глобального рынка морской торговли. Развитие методов управления та господарювання на транспорті. 2019. № 2(67). С. 16–27
2. URL: <https://www.statista.com/statistics/1250636/global-container-freight-index/> (дата звернення 21.02.2022)
3. Дайджест. Транспортная сфера в контексте COVID-19. Департамент международного и регионального сотрудничества. 2020. 53 с.

ВПЛИВ АСПЕКТУ ЕФЕКТИВНОГО СПІЛКУВАННЯ НА РІВЕНЬ БІЗНЕС-КУЛЬТУРИ КОМПАНІЙ В МАШТАБІ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН

Белятинська А.А.

*Науковий керівник: Клименко І.С., к.т.н, доцент
Національний транспортний університет*

Навички, необхідні для ефективного спілкування, істотно різняться у різних культур. У США та інших англосаксонських культурах люди вчаться (здебільшого несвідомо) передавати свої думки настільки буквально і точно, наскільки це можливо. Під гарною комунікацією тут розуміються ясність і чіткість викладу думки. Відповідальність за точну передачу повідомлення тут повністю лежить на відправника інформації. У багатьох же азійських культурах, включаючи культури Індії, Китаю, Японії та Індонезії, повідомлення часто передаються неявно, що вимагає від слухача вміння читати між рядків. Під гарною комунікацією тут мається на увазі тонке і багаторівневе спілкування, яке може залежати від обширного підтексту. Відповідальність за точну передачу повідомлення в цьому випадку ділиться між відправником і отримувачем. Подібна ситуація існує і в багатьох африканських культурах, включаючи культури Кенії і Зімбабве і, в меншій мірі, в латиноамериканських культурах (таких як Мексика, Бразилія та Аргентина) і в європейських латиномовних культурах (таких як Іспанія, Італія, Португалія), включаючи культуру Франції [1, с.80].

Мови відображають комунікаційні стилі культур, які використовують ці мови. Багато слів у французькій мові мають велику кількість значень в залежності від використовуваного контексту - з чого випливає, що за розпізнавання суті фрази тут відповідає слухач.

Англійська мова менш контекстно орієнтована, ніж романські мови, що походять від латинської мови (французька, іспанська, італійська та португальська), а романські мови менш контекстно орієнтовані, ніж більшість азійських мов.

США - найбільша нізкоконтекстна культура на Землі, і все англосаксонські культури також, причому в Великобританії сама висококонтекстна культура в англосаксонському кластері. Японська комунікаційна культура сама висококонтекстна в світі.

Висококонтекстні культури, як правило, мають довгу, загальну для їх носіїв історію. Зазвичай це суспільства, орієнтовані на взаємини, в яких мережі зв'язків передаються від покоління до покоління, генеруючи загальний культурний контекст, зрозумілий учасникам відповідних груп.

Отже, комунікація між різними культурами може бути пов'язана з непередбаченими труднощами. Незалежно від того, чи вважаєте ви себе нізкоконтекстною або висококонтекстною людиною, може статися, що одного разу вам доведеться працювати з колегою, клієнтом або партнером, чия культура буде суттєво відрізнятися від вашої. Тому гнучкість в спілкуванні і

вміння адаптувати свій стиль в будь-якому напрямку - це цінний навик для будь-якої людини, що займається бізнесом [2, с.156]. Тому, коли ви працюєте з висококонтекстними колегами, намагайтеся слухати те, що вони говорять, більш уважно. Говорити «ні» між рядків - це загальноприйнята практика в Азії, включаючи Китай, Японію і Корею, особливо коли це говориться начальнику або клієнту. Якщо ви працюєте з постачальником або співробітником, що живуть в одній з цих країн, ви зрозумієте, що «немає» може приймати самі різні форми. Якщо у вашій команді є співробітники з декількох висококонтекстних культур, поясніть їм завдання і дайте можливість виробити їх власні рішення. Не чекайте, поки виникнуть проблеми.

Якщо партнер по бізнесу належить до низькоконтекстної культури, то представники висококонтекстної культури можуть здаватися йому не здатними ефективно спілкуватися [3, с. 324].

З іншого боку, якщо бізнес-партнер належить до висококонтекстної культури, то йому може здаватися, що представники низькоконтекстної культури недоречно повторюють очевидні речі або навіть поводяться зверхньо.

Отже, ви можете вважатися кращим співрозмовником у вашій власній культурі, але те, що працює вдома, не завжди працює так само добре з людьми з інших культур. Ефективне спілкування в міжнародному полі має для бізнес-культури компанії велике значення.

Література:

1. Внуков Є. О. Організаційна культура в транзитивному суспільстві: постановка проблеми / Є. О. Внуков // *Грані*. 2015. № 12(1). С. 80—85.
2. Пивоваров С.Э., Максимцев И.А. Сравнительный менеджмент. 2-е изд. – СПб.: Питер, 2008. 480 с.
3. Тромпенаарс Ф., Хэмпден-Тернер Ч. Четыре типа корпоративной культуры / Пер. с англ. Минск: Попурри, 2012. 528 с

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ВИРОБНИЦТВА БІОГАЗУ

Довгопол О.Ю.

Науковий керівник: Шевченко І.Ю., д.е.н, доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

У світі з кожним роком все популярнішим стає питання впровадження альтернативний джерел енергії, серед яких доцільно виділити біогаз, який продукується біогазовими установками/комплексами/станціями.

Розвинені країни концентруються на використанні потужних промислових, сільськогосподарських і комерційних біогазових станцій, які експлуатують задля подальшого перетворення біогазу в електричну й теплову енергію або в біометан. Країни, що розвиваються, радше обирають біогазові технології малої потужності, щоб використовувати біогаз для приготування їжі, освітлення та опалювання побутових і господарських приміщень [1].

Найбільшими виробниками біогазу в Європейському Союзі є Німеччина,

Чехія, Великобританія, Італія та Франція. При чому на частку Німеччини припадає більше половини виробленого біогазу [1].

У Німеччині більшість працюючих біогазових установок використовують енергетичні культури та гній в якості основного субстрату. Кількість сільськогосподарських біогазових установок становить близько 10 тис. Ще 92 заводи утилізують біологічні відходи, зокрема муніципальні тверді побутові відходи. Близько 1,7 тис. заводів працюють на каналізаційних очисних спорудах. У перспективі 10-20% використовуваного в країні природнього газу може бути замінено біогазом [2].

Ринок біогазу в США розвивається значно повільніше, ніж в Європі. Наприклад, незважаючи на наявність великої кількості ферм, на території країни діє всього близько 200 біогазових заводів, які працюють на сільськогосподарських відходах. Приблизно 80% всіх біогазових проєктів в США базуються на молочно-товарних фермах, використовуючи гній великої рогатої худоби для вироблення енергії. Загальна потужність всіх установок на таких фермах наближається до 60 МВт [2].

В Азії лідируючу позицію щодо кількості побутових біогазових станцій займає Китай. Слід зазначити, що Китай є світовим лідером по впровадженню технології виробництва біогазу. Діє максимальна кількість біогазових установок – близько 15 млн. Сумарний випуск біогазу в країні становить 14 млрд куб. м. За рахунок біогазу Китай забезпечує близько 30% своїх потреб в енергоносіях. Це дозволяє країні економити до 10 млн. тонн нафти або будь-якого іншого палива. Відповідно до державного плану розвитку сільських і промислових біогазових станцій у Китаї заплановане щорічне збільшення кількості біогазових установок на 15% [2]. Китай має середньо- та довгостроковий план розвитку відновлювальної енергетики з метою досягнення річного рівня виробництва біогазу на рівні 50 млрд куб. м, що мають бути забезпечені як біогазовими установками промислового типу, так і малими побутовими станціями [1].

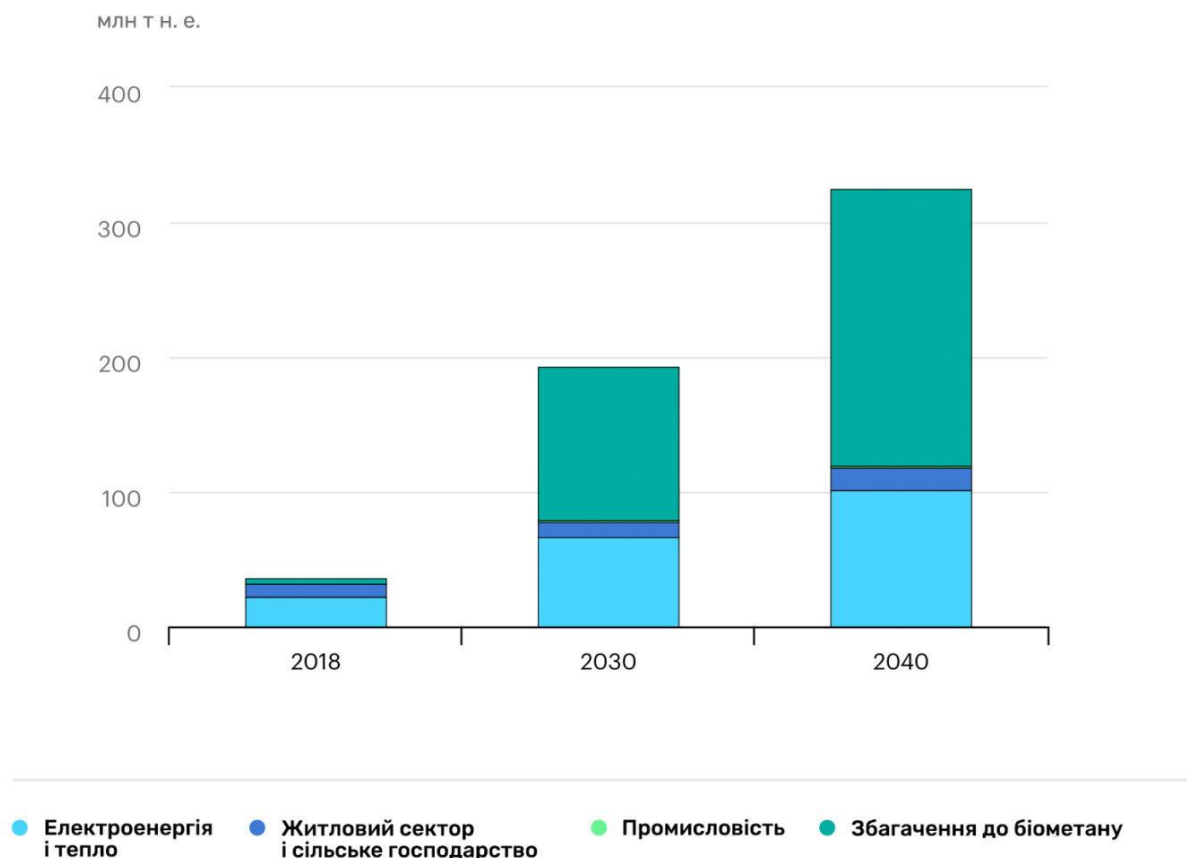
Відповідно до Sustainable Development Scenario (Сценарію сталого розвитку) очікується суттєве зростання глобального споживання біогазу за секторами до 2040 року (рис. 1).

Тому питання виробництва біогазу у світі з кожним роком буде ставати все актуальнішим.

Література:

1. Сидорчук О. Досвід Європи та світу застосування біогазових технологій. URL: <https://agrobiogas.com.ua/the-experience-of-europe-and-the-world-of-biogas-technologies/>
2. Озтурк І. Біогазові країни: як у світі отримують енергетичну незалежність. URL: <https://agravery.com/uk/posts/show/12>
3. Огляд світових ринків біогазу та біометану. Міжнародне енергетичне Агенство IEA (2020). URL: <https://www.iea.org/reports/outlook-for-biogas-and-biomethane-prospects-for-organic-growth>

**Прогноз глобального споживання біогазу за секторами
відповідно до сценарію сталого розвитку, 2018-2040**



Джерело: Міжнародне енергетичне агентство (IEA)

**Рисунок 1 – Прогноз глобального споживання біогазу за секторами
відповідно до Sustainable Development Scenario [3]**

ЛІКВІДАЦІЯ РОСІЇ ЯК РОЗПЛАТА ЗА ВТОРГНЕННЯ ДО УКРАЇНИ: ПОГЛЯД МОЛОДІ ЗАХОДУ

Донатус Мерісаксес

*Науковий керівник: Брітченко І.Г., д.е.н., професор
ВУЗФ, м.Софія, Болгарія*

24 лютого 2022 року сталася подія, яка змінила плін історії – відкритий воєнний напад росії на Україну. Прем'єр-міністр Великої Британії Борис Джонсон застерігав 20 лютого 2022 року, що Росія готує найбільше з 1945 року вторгнення до Європи. На думку Джонсона, президент Росії Володимир Путін, можливо, нереалістично представляє перебіг війни та не усвідомлює, що вона стане катастрофою для самої Росії [1]. 16 березня 2022 року сталася дуже важлива подія, яка, по суті, є початком повної ліквідації Росії як держави без

найменшої частки перебільшення і при цьому досить швидко. Міжнародний Суд у Гаазі виніс рішення про те, що військова агресія росії проти України є нелегальною та зобов'язала росію негайно припинити військові дії. Здавалося б, і що? А все дуже серйозно, і наслідки можуть бути настільки серйозними, що росія припинить своє існування як держава.

По-перше, як слушно зазначають автори наведеної статті, при невиконанні рішення суду (а воно вже не виконується) - це є підставою виключення агресора з Ради безпеки ООН і навіть припинення її повноважень як члена ООН. Тобто агресор не тільки не зможе блокувати рішення Радбезу ООН, але отримає подальшу ізоляцію, що схиляє такі країни, як колись такі як Індія, Сербія тощо. у бік введення санкцій (або їх просто зобов'яже до цього Рада безпеки ООН) тощо.

По-друге, це рішення суду по суті є найважливішим елементом та обґрунтуванням величезних військових репарацій на користь України. І при цьому є великий сумнів, що російська економіка здатна витримати тягар таких військових репарацій.

По-третє, це разом з відповідними рішеннями Генеральної асамблеї ООН та ПАРЄ є юридичною підставою для безлічі позовів та арешту російської власності по всьому світу.

По-четверте, це хоч і побічно, але все-таки вплине на моментальне оголошення дефолту російської держави.

По-п'яте, це безумовно остаточно деморалізує всі верстви російського суспільства і посилить антиурядові настрої.

По-шосте це створює небачену та безпрецедентну мотивацію для суб'єктів федерації РФ негайно вийти зі складу федеративної держави з метою виведення конкретного федерального суб'єкта з-під правової юрисдикції прийнятого в Гаазі рішення.

У сьомих це дає залізобетонну правову основу величезній кількості фізичних та юридичних осіб усередині самої росії для відповідних правових дій та позовів, наприклад таких як судове оскарження повістки до військкомату, оскарження вироку суду про арешт, пов'язаний з вуличним протестом, судового оскарження рішення військового трибуналу РФ, визнаного дезертиром, аж до фінансових претензій підприємців до російської держави. І попри неадекватність судової системи РФ важко уявити торжество справедливості у російських судах. Проте судова система може бути паралізована величезною кількістю позовів, а в багатьох випадках навіть і не вигідних для влади судових рішень через її корумпованість, безглуздість і навіть порядність суддів у деяких окремих випадках.

Висновок: це рішення суду в Гаазі - це «осиновий кіл» у труну російської держави, яка робить абсолютно очевидним той факт, що держава під назвою росія в найближчому майбутньому припинить своє існування. Це вже аксіома. Насправді її вже немає. Питання стоїть лише у тому, коли остаточно буде зафіксовано її ліквідація. По суті та формою уникнути ліквідації вже неможливо. Процес запущений остаточно та безповоротно!

Література:

1. Ukraine: Russia plans biggest war in Europe since 1945 - Boris Johnson. BBC. 20 лютого 2022 року. <https://www.bbc.com/news/uk-politics-60448162>

ІНОЗЕМНЕ ІНВЕСТИВАННЯ ЯК СПОНУКАЮЧИЙ ФАКТОР РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Ігнатенко В.Я.

*Науковий керівник: Яковлєва-Мельник Н.Г.,
Дніпровський гуманітарний університет*

На сьогоднішній день Україна має багаті туристичні ресурси, які при належному використанні можуть сприяти швидкому та високоефективному розвитку туристичної індустрії країни. Попри незначні позитивні зрушення, туризм в Україні гальмується багатьма чинниками – серед яких є недостатня розгалужена туристична інфраструктура, повільні темпи зростання обсягів інвестицій у матеріально-технічну базу галузі. Інвестиційні пріоритети галузі визначаються здатністю будь-якого підприємства забезпечити високу та швидку рентабельність вкладень.

Якщо подивитися на Україну, як на країну в яку треба залучати іноземні інвестиції, то ми чітко бачимо значний рекреаційний потенціал, наша країна має сприятливі кліматичні та природні умови.

На нашу думку, спершу треба залучати іноземні інвестиції в Західну Україну, саме тому, що даний регіон має дуже вигідне транспортно-географічне положення, так як межує з Польщею, Словаччиною, Угорщиною та Румунією. Туристи з сусідніх держав будуть сприяти розвитку туристично-рекреаційних комплексів, а також і розвитку готельного господарства.

Для залучення інвестицій в даний регіон на сьогоднішній день одним з ефективних напрямків є проекти по будівництву туристичний та спортивних гірськолижних трас, канатних доріг, спортивно-оздоровчих комплексів. Саме Карпати є тим регіоном, у якого є всі шанси отримати ще більші інвестиції. Більше 50 гірськолижних трас працюють сьогодні на Закарпатті, і саме тому, цей регіон входить в п'ятірку найбільших регіонів нашої країни за обсягами залучених інвестицій.

За останні роки переважна більшість інвестицій, які надходять до України, спрямовуються в промисловий та агропромисловий комплекс, проте готельний та рекреаційно-туристичний бізнес також потребує залученню інвестицій, це дасть можливість підвищити прибутковість галузі та значно збільшити надходження до бюджету країни.

Насамперед, все залежить від державних програм по розвитку туризму задля активного зростання туристичного підприємництва. Окрім програм, перегляду також вимагає законодавча база України, за допомогою якої може бути надана підтримка механізмів фінансування та інвестицій в даній галузі.

Іноземні інвестиції в Україні у сфері торгівлі та послуг, як і в більшості галузях, мають короткостроковий характер та розраховані на швидке

повернення. Середній іноземний інвестор, здатний задовольнити багатомільйонні інвестиційні потреби, ще не прийшов у сферу туризму нашої держави. Серед іноземних співзасновників переважають дрібні та фізичні особи. Ситуація ускладнюється низьким іміджем України на світовому інвестиційному ринку. В багатьох рейтингах вона займає останні місця щодо привабливості інвестиційного клімату та перші за ризиками інвестування.

Для залучення інвестицій важливим кроком для нас є співпраця з Європейським інвестиційним банком, який має змогу надати пільговий довгостроковий кредит під гарантії Уряду для розвитку туристичної інфраструктури України.

Таким чином, створення сприятливого інвестиційного клімату в Україні дозволить вирішити проблему залучення інвестицій у туристичну сферу, що забезпечить високі темпи економічного розвитку рекреаційно-туристичної сфери, ефективність інвестиційної діяльності та розширення її обсягів, створення відповідної інфраструктури курортів та рекреаційних зон на рівні міжнародних стандартів, максимізацію прибутку від інвестиційної діяльності та мінімізації інвестиційних ризиків.

Література:

1. Машіка Г.В., Горюнова К.А. Правові та економічні аспекти туристичної галузі України під час пандемії COVID-19. Інвестиції: практика та досвід. 2021. № 3. С.5-11. DOI: 10.32702/23066814.2021.3.5.
2. Богдан Н., Краснокутська Ю. Інвестиційне забезпечення розвитку туристської галузі в системі завдань регіонального маркетингу. Економічний аналіз. 2021. № 3. С. 7-15. DOI: <https://doi.org/10.35774/econa2021.03.007>
3. Кузьменко О.А. Інвестиційний шлях розвитку туризму в Україні. «Сучасні проблеми і перспективи економічної динаміки»: матеріали IV Всеукраїнської наук.-практ. конф., м. Умань, 30 листопада - 1 грудня 2017 р. Умань: ВПЦ «Візаві», 2017. С.290-292.

ВІЙНА В УКРАЇНІ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ДЕРЖАВИ ЄС: ПРИКЛАД ПОЛЬЩІ

Лайсауї Уссама

*Науковий керівник: Брітченко І.Г., д.е.н., професор
ВУЗФ, м.Софія, Болгарія*

24 лютого 2022 року сталася подія, яка змінила плин історії – відкритий воєнний напад росії на Україну [1]. Російська воєнна агресія в Україні зменшить економічну активність та підвищить інфляцію в ЄС за рахунок підвищення цін на енергоресурси та сировинні товари, а також підризу міжнародної торгівлі [2]. В зв'язку з цим країни ЄС почали вживати заходів до попередження можливих наслідків, беручи до уваги війну, як «досвід».

Війна в Україні призвела до тектонічних змін у Польщі, про можливості яких важко було уявити раніше. Польща планує змінити Конституцію та

перейти на валюту євро [3].

Будь-хто, хто хоч трохи знайомий із польським суспільством та польською політикою знає, що перехід на євро зовсім недавно був питанням із галузі фантастики. Але життя вкотре вчить, що немає нічого неможливого. Думаю, що незважаючи на те, що Польща вже дуже сильно змінилася, все ж таки це ще лише початок глибинних і небачених раніше кардинальних змін у польському суспільстві, які дуже потрібні передусім самим полякам. Радий та щасливий за братів поляків! Ті скиглики та песимісти та «Фоми» невіруючі в прийняття України в ЄС, повірте, що перехід Польщі на євро був у мільйон разів менш ймовірним, ніж вступ України до ЄС. Особисто я впевнений на 100%, якщо Україну не приймуть до ЄС, то ЄС розпадеться. Україна буде в ЄС хоча б тільки тому, що так хочуть мешканці ЄС! А в Європі бажання громадян – закон! Та окремі продажні політики цього не хочуть, так, на жаль, таких політиків більше, ніж багато хто підозрює. Але ж, всі політики тут обираються і перебувають у великій залежності від думки виборців.

Підсумуємо: ЄС – це не росія; в ЄС бажання народу визначає все; Україна буде в ЄС навіть раніше ніж Польща перейде на валюту євро!

Слава Україні! Ми переможемо!

Література:

1. Ukraine: Russia plans biggest war in Europe since 1945 - Boris Johnson. BBC. 20 лютого 2022 року. <https://www.bbc.com/news/uk-politics-60448162>
2. В ЄС оцінили вплив війни в Україні на європейську економіку. <https://ua.news/ru/v-yes-otsinyly-vplyv-vijny-v-ukrayini-na-yevropejsku-ekonomiku/>
3. Pomysł na zmianę konstytucji. "Pozwólmy wprowadzić euro". https://wiadomosci.onet.pl/kraj/rzad-proponuje-zmiany-w-konstytucji-swiecicki-o-wprowadzeniu-euro/qegb262?utm_source=l.facebook.com_viasg_wiadomosci&utm_medium=referal&utm_campaign=leo_automatic&srcc=ucs&utm_v=2

ВПЛИВ ВОЄННОГО СТАНУ В УКРАЇНІ НА БІЗНЕС

Пронін А.Д.

*Науковий керівник: Шершенюк О.М., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

У зв'язку з військовою агресією Російської Федерації проти України, на підставі пропозиції Ради національної безпеки і оборони України, відповідно до пункту 20 частини першої статті 106 Конституції України, Закону України «Про правовий режим воєнного стану», 24 лютого 2022 року Верховна Рада затвердила Указ Президента про введення воєнного стану в Україні [1].

Воєнний стан – вимушений правових захід. Як жити і працювати у цей період – пояснює Закон України «Про правовий режим воєнного стану» від 12.05.2015 №389-VIII (далі – Закон №389). Органам державної влади, військовому командуванню, військовим адміністраціям і органам місцевого

самоврядування воєнний стан надає особливі повноваження, а ось права та свободи громадян і юридичних осіб він тимчасово обмежує. На час воєнного стану керівництво державою переходить до військового командування. Спільно з органами виконавчої влади, військовими адміністраціями та органами місцевого самоврядування або самотужки військове командування може запроваджувати заходи правового режиму (ст. 8 Закону №389). На рис. 1 представлено десять найголовніших вимог воєнного стану [2].

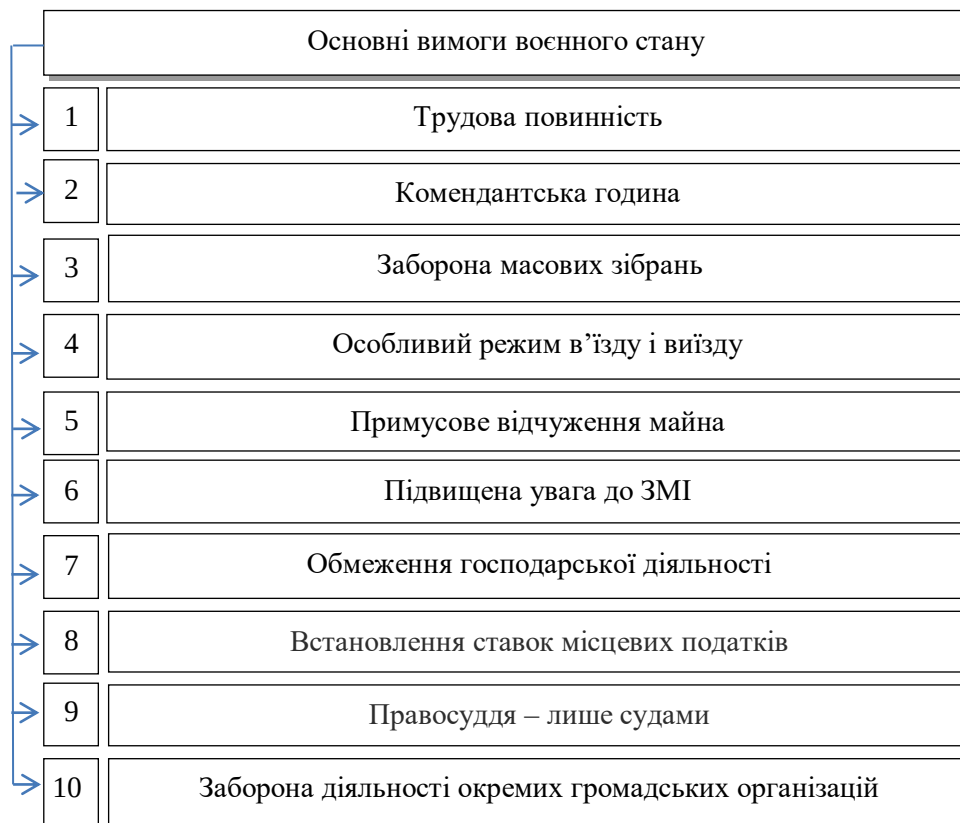


Рисунок 1 – Вимоги воєнного стану

Закон гарантує адекватність запроваджуваних заходів наявній загрозі, компенсацію та/або повернення вилученого майна, а також містить інші норми, спрямовані на захист прав і свобод під час воєнного стану. Проте власникам бізнесу та його керівникам варто [3]:

1. З огляду на заходи, яких буде вжито в межах воєнного стану, – визначити можливі ризики для свого підприємства.

2. Уточнити, чи має бізнес, навіть опосередковано, російські зв'язки. Якщо так – які є ризики. У цьому зможе допомогти система перевірки й моніторингу бізнес-партнерів CONTR AGENT (<http://contr-agent.ua/>).

3. З'ясувати, наскільки державні заходи в умовах воєнного стану співвідносяться зі своїми правами й обов'язками в межах господарських договорів і підпадають під ознаки форс-мажорних обставин.

4. Розглянути можливість роботи бізнесу під віддаленим управлінням або його передислокації (якщо є така потреба).

5. З'ясувати можливі фінансово-економічні загрози та їх вплив на бізнес (коливання курсу валют, блокування рахунків тощо).

6. Оцінити вплив на роботу можливої мобілізації персоналу, у тому числі ключових співробітників.

7. Здійснити аналіз активів, які можуть бути мобілізовані або іншим чином залучені для забезпечення обороноздатності (транспорт, що підпадає під мобілізаційні критерії, промислові площі, що можуть стати місцем розквартирування військовослужбовців або розміщення військового майна, тощо).

8. Визначити бізнес-ризики, пов'язані із закриттям кордонів, особливим режимом в'їзду та виїзду, обмеженням пересувань усередині країни, запровадженням комендантської години.

9. Розуміти, що в разі введення воєнного стану не виключені зловживання, що загрожують бізнесу загалом і його власникам зокрема, особливо в частині примусового вилучення й відчуження майна.

10. Проаналізувати, чи працює бізнес у сфері, яку можуть прямо або опосередковано торкнутися рішення органів влади в межах забезпечення обороноздатності (зв'язок, медіа, транспорт тощо).

Якщо проаналізувати що відбувається зараз з бізнесом в Україні, можна зробити певні висновки [4]. За даними опитування Європейської Бізнес Асоціації (ЕБА), 42% підприємців (малий і середній бізнес) взагалі припинили працювати. Близько третини – призупинили роботу, але хочуть відновлювати її. У повному обсязі нині працює лише 13% малого та середнього бізнесу. Як зазначають у ЕБА, це приблизно співпадає і з тим, що відбувається із бізнесом в Україні загалом. Опитування представників великого бізнесу, яке проводила ЕБА трохи раніше, показало, що лише 17% компаній працюють у довоєнному режимі. Ще 16% обмежили «географію діяльності», 19% – були змушені закрити частину підприємств, офісів чи торгових точок. Близько 30% компаній не працюють узагалі. Попри таку ситуацію, більшість великих компаній намагаються підтримати працівників, – 68% виплатили заробітну плату на місяць або більше вперед, майже третина компенсували витрати команді на релокацію, майже чверть орендували житло для співробітників на західній Україні або за кордоном. Малий та середній бізнес також намагається підтримувати своїх працівників, але їхні можливості значно менші. У повному обсязі зарплату працівникам виплачують менше третини, третина допомагає співробітникам із переїздом та житлом. Проте кожен п'ятий представник малого чи середнього бізнесу вже не має можливості виплачувати зарплати найманим працівникам. Переважна більшість запропонували своїм співробітникам неоплачувані відпустки, і лише 8% просто звільнили людей. За даними ЕБА, близько половини малого та середнього бізнесу скористалися запропонованою урядом допомогою у розмірі 6500 грн. для тих, хто втратив роботу через війну, через систему «Підтримка». При цьому і великий, і малий бізнес за можливості підтримує і тероборону, і волонтерів.

Література:

1. Указ президента України №64/2022 Про введення воєнного стану в Україні. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/642022-41397>.
2. 10 вимог воєнного стану, про які має знати бізнес. URL: <https://www.golovbukh.ua/article/7497-10-vimog-vonnogo-stanu-pro-yak-ma-znati-kojen>.
3. Як вплине воєнний стан на бізнес? URL: https://uz.ligazakon.ua/ua/magazine_article/EA015530.
4. Бізнес під час війни: яку підтримку запропонувала влада і як виживає бізнес. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-60757453>.

ІНОЗЕМНІ ІНВЕСТИЦІЇ ЯК ЗАСІБ СТИМУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Циганкова К.В., Чжан Ц.

Науковий керівник: Радченко Л.П., к.е.н., доцент

Харківський національний педагогічний університет імені Г.С. Сковороди

Недостатність власних економічних ресурсів вимагає від України використання інших (зовнішніх) джерел фінансування реформаційних процесів. Істотним фактором відтворення вітчизняного виробничого потенціалу є залучення іноземного капіталу.

Сучасний бізнес і держава відчувають дефіцит інвестиційних ресурсів на покриття внутрішніх потреб національної економіки. Використання вітчизняного банківського капіталу в інвестуванні суб'єктів господарювання є недостатнім, що обумовлено слабкістю самої банківської системи і нестабільним фінансовим станом підприємств, що мають потребу в інвестиціях, з урахуванням того факту, що вони не в змозі повернути в призначений термін раніше узяті кредити. Структурна перебудова економіки України на ринкових підвалинах може бути прискорена внаслідок ефективного використання прямих іноземних інвестицій.

Коли настає термін повернення Україною отриманих кредитів міжнародним фінансовим організаціям, уряд і промислові кола змушені шукати шляхи інвестування вітчизняних підприємств, які б не збільшували зовнішнього державного боргу України і не гальмували розвиток процесів відтворення. Одержання прямих іноземних інвестицій, що не призводять до збільшення зовнішнього боргу країни, є одним з ефективних механізмів вирішення цієї проблеми.

До прямих іноземних інвестицій належать: одержання іноземним інвестором пакета акцій підприємства, в яке він вкладає свій капітал у розмірі не менше 10% від загальної вартості акціонерного капіталу; реінвестування прибутку від діяльності підприємства (дивіденди); внутріфірмове надання кредиту або рівноцінна цьому операція з урегулюванням заборгованості у відносинах між «материнською» компанією та її закордонною філією.

Значення прямих іноземних інвестицій для подолання кризових явищ і

депресивного стану економіки визначається їх основними функціями: зменшення дефіциту капіталу, поліпшення структури платіжного балансу; залучення сучасних технологій і організаційних методів розширення економічних зв'язків; підвищення рівня зайнятості і кваліфікації робочої сили; інтеграція національної економіки у світову економічну систему; розвиток експортного потенціалу і зменшення рівня залежності від імпорту.

Потреба економіки України в іноземних інвестиціях сягає 40 млрд. дол. США, але насправді найвищі показники фактично залученого іноземного капіталу були у 2007 р. – близько 10 млрд. дол. США та у 2008 р. – 11 млрд. дол. США. У 2015 та 2020 рр. взагалі обсяг іноземних інвестицій в Україні мав від'ємні значення (0,5 – 1 млрд. дол. США відповідно), спостерігався відтік капіталу. З 2013 р. обсяг прямих іноземних інвестицій в економіку України був незначним (3-4 млрд. США дол. на рік) [1]. Важливо також те, що частина іноземних інвестицій складає національні внески за кордоном, що починають повертатися в економіку.

Рівень привабливості економіки України для іноземних інвесторів сьогодні досить низький. Їх цікавлять підприємства, що за короткий термін можуть забезпечити повернення вкладеного капіталу з одержанням найбільшого прибутку. Найбільш цікаві для інвесторів галузі переробної промисловості, торгівля, фінансовий сектор та сфера нерухомості. Але ці сфери господарства, на жаль, не сприяють зростанню міжнародної конкурентоспроможності економіки України, збільшенню частки високотехнологічного експорту та не модернізують її, оскільки не передбачають освоєння нових технологій і довгострокових капіталовкладень у наукоємні виробництва [2, с.249].

Можна виділити три групи прямих іноземних інвесторів, що функціонують в Україні: приватні інвестори-підприємці; транснаціональні корпорації (ТНК); інституціональний інвестор (зокрема міжнародні фінансові організації, такі як Європейський банк реконструкції і розвитку (ЄБРР) і Міжнародна фінансова корпорація (МФК). Інвестори-підприємці – найбільш ризикова й активна група при вкладенні капіталу. У своїх інтересах вони використовують в першу чергу недоліки в законодавстві і при виборі суб'єкта інвестування віддають перевагу малим і середнім підприємствам. Головна їх мета – одержання швидких і ризикованих прибутків. Вони імпортують у країну своє устаткування і технології виробництва; організовують нові підприємства, а не купують вже існуючі.

Прямі іноземні інвестиції не створюють національного капіталу, прибуток переважно переводиться за кордон, оскільки існують сприятливі умови для репатріації капіталу. Зараз надважливо на законодавчому рівні обмежити вивіз капіталу з країни; стимулювати його реінвестування; залучати потенційних інвесторів для інвестування у виробничий сектор; удосконалювати системи авторизації та контролю руху капіталу в Україні та за кордоном; встановити чіткі терміни функціонування інвестиційного капіталу. Іноземні інвестиції слід розглядати як рушій економічного зростання, а не як заміну іноземним інвестиціям. Крім того, необхідно забезпечити політичну та

економічну стабільність, певний рівень розвитку ринку цінних паперів, інформаційних технологій та комунікацій; зростання кваліфікації робочої сили, розвиток нових технологій, підвищення продуктивності та якості праці.

Література:

1. Інвестиції зовнішньоекономічної діяльності. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Соляр В.В. Національна конкурентоспроможність: діалектика концепцій. *Сучасні виклики і актуальні проблеми науки, освіти та виробництва: міжгалузеві диспути* [зб. наук. пр.]: матер. XI міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (м. Київ, 11 грудня 2020 р.). Київ, 2020. 697 с.

BLOKÇEYN TEXNOLOGİYASI VƏ TƏTBİQİ ZƏRURƏTİ

*Hacıyev Rövşən İlqar oğlu
Mingəçevir Dövlət Universiteti, Azərbaycan*

İqtisadiyyatı təşkil edən fərdlər və qurumlar üçün reallaşdırdıqları ticari fəaliyyətlərdə güvən ən önəmli faktorlardan biridir. Ticari fəaliyyətlərin maneəsiz reallaşması üçün alıcı və satıcı ilə yanaşı bu iki tərəf arasında güvəni təmin edən üçüncü tərəfə hər zaman ehtiyac duyulur. Bugün üzbəüz nəgd formada həyata keçirilən əməliyyatlardan başqa hər növ iqtisadi fəaliyyətlərdə üçüncü tərəf anlayışı mövcuddur. Üçüncü tərəf qismində hər hansı bir fərdin onlayn formada həyata keçirdiyi alış-verişdə istifadə etdiyi plastik kartların aid olduğu banklar, birjalarda əməliyyatı təmin edən broker firmalar və ya hər hansı bir əmlakın alqı-satqısını təmin edən və əmlak hüququnu qoruyan dövlətlər çıxış edə bilərlər.

Son illərdə özəlliklə informasiya texnologiyalarındakı innovativ fəaliyyətlərin sayı və sürəti artmışdır. Özəlliklə elektron ticarət sahəsində meydana çıxan Amazon, eBay, Alibaba kimi şirkətlər bir çox vasitəçi qurumları sıradan çıxararaq ənənəvi ticarət anlayışını dəyişdirmişlərdir. Bu yeni iş modeli və texnoloji yeniliklər bir çox sahələr kimi maliyyə sahəsinə də öz təsirini göstərmişdir. Fiziki şəxslər tərəfindən maliyyə vasitəçilərinə inamın sarsıldığı ən mühüm hadisələrdən biri 2008-ci il qlobal maliyyə böhranıdır. Bu böhranda bir çox maliyyə qurumlarının iflası və iqtisadi təsirlərinin bütün dünyaya yayılması insanların maliyyə sisteminə inamını xeyli zəiflətdi.

Böhran yaşandığı 2008-ci ilin oktyabr ayında Satoshi Nakamoto adlı şəxs və ya qrup tərəfindən "Bitcoin: A Peer-to-Peer Electronic Cash System" adlı məqalə dərc olundu. Bu məqaləni önəmli edən əsas səbəb isə güvənli, vahid mərkəzli sistem yerinə "Blockchain" adlı heç bir mərkəzə bağlanmayan bir sistemdən bəhs edilmiş olması idi.

Blokçeyn texnologiyası təhlükəsizlik zəifliklərini və xüsusilə rəqəmsal valyutalarda "ikiqat xərc" problemini həll etmək üçün təqdim edilmiş elektron ödəniş sistemidir. Ən sadə dillə desək, blokçeyn təhlükəsizlik zəifliklərindən qorunan, şifrələnmiş məlumatların idarə edilməsini təmin edən paylanmış verilənlər bazasıdır. Blokçeyn texnologiyasını müasir şəbəkələrdən fərqləndirən "peer-to-peer" şəbəkəsi,

bölüşdürülmüş kitabça texnologiyası (distributed ledger) , konsensus mexanizmi (consensus mechanism) və kriptografiya (cryptografy) texnologiyalarıdır.

Peer-to-Peer şəbəkəsi. İki və ya daha çox kompüterin mərkəzi idarəetməyə ehtiyac olmadan məlumat mübadiləsi üçün qoşulduğu şəbəkə Peer-to-Peer və ya P2P adlanır. P2P üçüncü tərəf olmadan birbaşa istifadəçilər arasında məlumat mübadiləsini ifadə edir. Bəzən bu sistemə P2P iqtisadiyyatı da deyirlər. P2P şəbəkəsi dövlət, şirkət, fərd və ya təşkilat kimi mərkəzi ünsürə birbaşa bağlı olmayan bir şəbəkədir.

Distributed ledger. Onlar blokçeyn şəbəkəsinin bütün iştirakçıları tərəfindən həyata keçirilən əməliyyatların qeydə alındığı rəqəmsal kitablardır. Müasir hesablama texnologiyalarının böyük əksəriyyəti vahid mərkəzləşdirilmiş şəbəkədə işləyir. Mərkəzi şəbəkələrdə rəqəmsal kitablarda qeydə alınan məlumatlar serverlərdə toplanır və oradan müştərilərə paylanır.

Consensus mechanism. Peer-to-peer şəbəkəsinin iştirakçısı şəxsi rəqəmsal hesab kitabına məlumat daxil etmək istədikdə, bu proses məlum alqoritmlərdən istifadə etməklə kodlaşdırılır və şəbəkədəki bütün istifadəçilərə məlumat verilir. Şəbəkənin bütün iştirakçıları eyni qeydə alınmış məlumatla işlədiyi üçün qeydə alınmış əməliyyata etiraz etmək və ya dəyişdirmək mümkün deyil.

Cryptografy. İnternetdə istifadəçi şəxsiyyəti və ya sənədlərin doğruluğunun yoxlanılması kimi əməliyyatlarda rəqəmsal imzadan istifadə olunur. Rəqəmsal imzalar istifadəçilərin özləri tərəfindən (Private Key) yaradılır və alıcılar bundan istifadə edərək bu imzaları yoxlaya bilərlər. Blokçeyn texnologiyasında əməliyyatın imzası yoxlanıldıqdan sonra riyazi alqoritm vasitəsilə özəl və açıq açarları “hash” adlı şifrələmə üsulu ilə kriptografik şəkildə birləşdirərək unikal rəqəmsal imza yaradılır. Bu əməliyyatlar daha sonra bloklara çevrilir. Yaradılmış hər bir blok əvvəllər daxil edilmiş blokların qeydlərini pozmadan zəncirə əlavə edilir və şəbəkədəki bütün istifadəçilərin rəqəmsal kitablarında qeyd olunur.

Blokçeyn texnologiyası Azərbaycan kimi inkişaf etməkdə olan ölkələrin inkişaf etmiş ölkələr sırasına qoşulması üçün önəmli bir fürsətdir. Blokçeyn texnologiyasının yeni ortaya çıxması və onun yaradacağı dəyişikliklərin təsir miqyasını nəzərə alsaq, blokçeyn texnologiyasının Azərbaycan üçün əhəmiyyətli bir fürsət olduğu danılmaz bir həqiqətdir. Ölkəmizin blokçeyn texnologiyasına diqqət yetirməsi və bu sahədə investisiyaları dəstəkləməsi böyük əhəmiyyət kəsb edir.

Ədəbiyyat:

1. FINTECH NETWORK (2017). Four Blockchain Use Cases for Banks, 3-5, https://blockchainapac.fintecnet.com/fintech_blockchain_report_v3.pdf, E.T.:19.07.2018.
2. <https://bbn.az/blokceyn-texnologiyasi-ve-kriptovalyutalar/>
3. <https://kriptoinvest.az/2021/06/24/crypto-consulting-mmc/>

AZƏRBAYCANIN BEYNƏLXALQ TƏHSİL MƏKANINA İNTEQRASIYASI: REALLIQLAR VƏ PERSPEKTİVLƏR

Məmmədova Zəminə İlham qızı

*Elmi rəhbər: Qədimli Nüşabə Astan qızı, iqtisad elmləri namizədi,
dosent, İqtisadiyyat və idarəetmə fakültəsinin dekanı
Mingəçevir Dövlət Universiteti, Azərbaycan*

Müasir dövrdə cərəyan edən global tendensiyalar cəmiyyət həyatının bütün sahələrində olduğu kimi təhsildə də özünü əsaslı şəkildə büruzə verməkdədir. Bu baxımdan respublikamızda baş verən proseslərin məzmununda müşahidə olunan pozitiv dəyişikliklər ölkəmizin global siyasi təsərrüfat sistemində, dünya mədəniyyətinə və beynəlxalq təşkilatlara inteqrasiyasını şərtləndirən əsas prinsiplər kimi ortaya çıxır. İnformasiya-kommunikasiya texnologiyalarının yüksək inkişaf səviyyəsinə çatması ilə əlaqədar bu proses daha sürətli tempiylə baş verir.

Azərbaycanın beynəlxalq təhsil məkanına inteqrasiyası XX əsrin 90-cı illərinin ortalarında Ümummilli lider Heydər Əliyevin respublikamıza rəhbərliyi dövründə başlanmışdı. Bu zaman respublikamızın siyasi müstəqillik əldə etməsi ilə əlaqədar ölkəmizin dünya elminə və təhsilinə inteqrasiyası üçün geniş üfüqlər açılmışdı. Bundan bacarıqla istifadə edən Ümummilli lider Heydər Əliyev respublikada elmin və təhsilin inkişafını beynəlxalq müstəviyə çıxarmaq üçün davamlı tədbirlər görməyə başladı. Milli dirçəliş aktının uğurla həyata keçirilməsində elmin və təhsilin başlıca faktor olmasını çox yaxşı bilən Ulu öndər Heydər Əliyev dünyəvi təhsilə durmadan inteqrasiya olunmağı Azərbaycan dövlətinin təxirəsalınmaz tarixi vəzifəsi hesab edirdi. Buna görə də xüsusi strateji əhəmiyyət kəsb edən təhsildə köklü islahatlar aparmaq dövlətin ali məqsədinə çevrilmişdi. Heydər Əliyevin təhsil siyasətinin nəticəsi kimi ötən illər ərzində çoxlu sayda ali təhsil müəssisələri yaradılmış, ali təhsil ocaqlarına universitet statusu verilmişdi. Azərbaycanın beynəlxalq təhsil məkanına inteqrasiya olunmasında ilk vacib addım latın qrafikalı əlifbaya əsaslanan yazı sistemində keçilməsi, digər bir vacib addım isə ölkəmizin 2005-ci ildə Boloniya prosesinə qoşulması oldu.

Qeyd etmək lazımdır ki, Boloniya prosesi ali təhsil standartlarının və keyfiyyət kvalifikasiyasının uyğunluğunu təmin etmək üçün bir sıra Avropa ölkələrinin təhsil nazirləri səviyyəsində seriya görüşlərin keçirilməsi və razılaşmaların əldə olunmasını nəzərdə tutan integrativ proses idi. Proses öz adını 1999-cu il 19 iyun tarixində 29 Avropa ölkəsini təmsil edən təhsil nazirlərinin “Bolonya deklarasiyasını” imzaladıqları Şimali İtaliyanın Bolonya şəhərində yerləşən Bolonya universitetinin adından götürmüşdür. Məhz bu sənəd Ali təhsil sahəsində Avropa məkanının sərhədlərini müəyyən etdi və o, Avropa Şurasının 1954-cü ildə qəbul etdiyi “Avropa mədəniyyət konvensiyasının” müddəalarına uyğun olaraq digər ölkələr üçün də açıq elan edildi. Bu gün Bolonya prosesinə həmin konvensiyanı imzalamış 49 dövlətdən 48-i qoşulmuşdur. 2005-ci ildə Bolonya prosesində iştirak edən dövlətlərin Norveçin Berqen şəhərində keçirilən növbəti toplantısında Azərbaycan Respublikasının Təhsil naziri Bolonya deklarasiyasını imzalamışdır. Bundan sonra Azərbaycan Respublikasının Təhsil sistemi ardıcıl və metodiki şəkildə Avropa ölkələrində

formalaşdırılmış təhsil sisteminin prinsiplərinə analoji olan dəyərlər və prinsiplər formalaşdırmağa başladı. Sözügedən prinsiplər və dəyərlər ali təhsildə kredit sisteminin və təlimin modul sisteminin tətbiq edilməsini, tədris planlarının davamlı olaraq yeniləşdirilməsini nəzərdə tuturdu. Bolonya prosesi, həmçinin ali təhsilin Avropa məkanında unifikasiyasını, onun keyfiyyətinin müasir dövrün durmadan dəyişən tələblərinə uyğun şəkildə artırılmasını, müəllim və tələbələrəin mobilliyinin genişləndirilməsini, bütün kvalifikasiyaların, kompetensiyaların və akademik səviyyələrin əmək bazarına istiqamətləndirilməsini şərtləndirən prinsiplərin külliyyatıdır.

2003-cü ildən etibarən Ümummilli lider Heydər Əliyevin təhsil sahəsində başladığı və ardıcıl olaraq reallaşdırdığı böyük islahatları onun layiqli davamçısı Azərbaycan Respublikasının Prezidenti İlham Əliyev uğurla davam etdirir. Prezident Azərbaycan Respublikasının Ali təhsil müəssisələrinin Avropanın ali təhsil məkanına inteqrasiyasını təmin etmək üçün 2006-cı il 31 yanvar tarixində xüsusi sərəncam imzalamışdı. Sərəncamda qeyd olunur ki, 2001-ci ildən Azərbaycan Respublikasının Avropa Şurasına tamhüquqlu üzv olması ilə əlaqədar ölkəmizin Avropa məkanına inteqrasiyası daha da sürətlənmişdir. Bu tendensiyanı nəzərə alaraq Azərbaycan təhsil sisteminin Avropa təhsil məkanına inteqrasiyası üçün müvafiq tədbirlərin görülməsi zərurəti yaranmışdır.

Doğurdan da bu gün durmadan qloballaşan müasir dünyada sivil təhsilin unifikasiyası və Ümumavropa təhsil məkanının genişləndirilməsi həmişə olduğundan daha aktualdır. Müxtəlif ölkələrə məxsus təhsil müəssisələrinin əməkdaşlıq etməsi dünya elminin və təhsilinin inkişafı üçün vacib əhəmiyyət kəsb edir. Bu əməkdaşlıq qlobal anlamda şəxsiyyətlərarası və birliklərarası bilik, təcrübə və informasiya mübadiləsi olmaqla yanaşı, həm də fərqli mədəniyyətləri təmsil edən insanları yaxınlaşdırır, onların xeyirxah, tolerant və humanist məzmun kəsb etməsi üçün yardımçı olur. Akademik səviyyədə bu əməkdaşlıq daha böyük məsuliyyət, fəvqəladə çalışqanlıq və ağır əmək tələb edir.

Həmişə olduğu kimi bu gün də qlobal miqyasda ümumbəşəri dəyərləri layiqincə təmsil və tərənnüm edən akademik struktur ali təhsil müəssisəsidir. Ali təhsil müəssisəsi davamlı inkişafın və modernizasiyanın daşıyıcısı və carçısı kimi daim tərəqqiyə can atan rəhbəri, burada çalışan və fəvqəladə erudisiya, yüksək intellekt sahibi olan əməkdaşları, dünya elminin sirlərinə çox böyük həvəslə yiyələnməyə can atan gənc intellektualları ilə birlikdə cəmiyyətin nümunəvi siması, milli toplumun intellektual elitesini yetişdirən təhsil ocağı, nəhayət, dinamik inkişafın və elmi-texniki tərəqqinin hərəkətverici qüvvəsi sayılır. Bu gün müasir universitetlər insan kapitalını akademik kürsüyə qaldıran mütəşəkkil, yüksək effektiv və davamlı yeniləşən mexanizm rolunu oynayır. Lakin bu mexanizm o zaman effektiv və faydalı olur ki, o, milli və regional sərhədləri aşaraq dünyaya açılır, elm və təhsil üzrə beynəlxalq əlaqələrin qurulmasında avanqard rolunu oynamağa və dünya elminin inkişafına öz töhfəsini verməyə başlayır. Aktiv şəkildə dünyaya açılmaq, elm və təhsil sahələrində beynəlxalq münasibətlərin fəal iştirakçısı olmaq, başqa ölkələrin ali təhsil müəssisələri ilə bilik, təcrübə və informasiya mübadiləsi aparmaq üçün müasir universitet bir sıra vacib şərtlərə və prinsiplərə uyğun olmalı, Avropa və dünya standartlarına cavab verən adekvat fəaliyyət planına və bu plana uyğun davamlı

tədbirlər dəstinə sahib olamlıdır.

Beləliklə, global tendensiyaaların misli görünməmiş templərlə inkişaf etdiyi müasir dövüdə beynəlxalq təhsil məkanına inteqrasiya olunmaq günün vacib tələbinə çevrilmişdir. Davamlı olaraq dünya elminə, təhsilinə və mədəniyyətinə inteqrasiya olunan Azərbaycan Respublikası bu tələbə yüksək səviyyədə cavab verməyə çalışır. İqtisadi, siyasi və mədəni əlaqələrin daha aktiv və intensiv inkişaf etdiyi ölkələrin təhsil sisteminə nüfuz edərək oradan ən mütərəqqi dəyərlərin mənimsənilməsi və milli təhsildə tətbiq olunması xüsusi olaraq vacibdir. Bu gün Azərbaycan Respublikası universitetlərinin, o cümlədən Mingəçevir Dövlət Universitetinin beynəlxalq təhsil məkanına inteqrasiyası, elm, təhsil, mədəniyyət, tələbə və müəllim mübadiləsi baxımından fəaliyyəti yeni keyfiyyət mərhələsinə qədəm qoymuşdur. Dünya elminə açılmaq, dünyanın ayrı-ayrı universitetləri ilə sıx əlaqələr qurmaq isə ali təhsil müəssisələrinin işində prioritet məsələyə çevrilmişdir.

Ədəbiyyat:

1. Əliyev Heydər. Müstəqillik yolu. Azərbaycan Universiteti. Bakı, 1997.
2. Mahmudov M. Bolonya prosesi: problemlər, perspektivlər və reallıqlar. "Elm və təhsil" nəşriyyatı, Bakı, - 2010. - 504 səh.
3. Azərbaycan Respublikasının ali təhsil müəssisələrinin Avropa ali təhsil məkanına inteqrasiyası ilə bağlı bəzi tədbirlər haqqında Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Sərəncamı. İlham ƏLİYEV, Azərbaycan Respublikasının Prezidenti. Bakı şəhəri, 31 yanvar 2008-ci il № 2643.
4. S.N.Masaev. Assessment of the application of the Universal Competencies // Journal of Physics: Conference Series. — 2020. — № 1691.

Секція 5
**Облік, аудит і оподаткування господарської діяльності
суб'єктів підприємництва**

**МЕТОДОЛОГИЯ СОСТАВЛЕНИЯ ОТЧЕТА О ПРИБЫЛЯХ,
УБЫТКАХ И СОВОКУПНОМ ДОХОДЕ**

*Акимхан К.Е.
Казахский автомобильно-дорожный институт им.Л.Б.Гончарова,
Казахстан*

Отчет о прибылях и убытках и прочем совокупном доходе является одной из основных форм отчетности, обязательно присутствующей в периодической отчетности. Именно этот отчет отражает финансовое положение и финансовые результаты организации на отчетную дату, а также достигнутые им в отчетном периоде финансовые результаты.

Отчет о прибылях и убытках и прочем совокупном доходе в обобщенном виде осуществляет следующие функции:

- экономические - характеризующие финансовые результаты хозяйственной деятельности;
- стимулирующие - проявляющиеся в процессе ее распределения и использования;
- формирования финансовых ресурсов организаций [1, с.78].

Теоретической основой исследования явились труды отечественных и зарубежных авторов, МСФО и нормативно-правовые акты, регулирующие представление финансовой отчетности. В процессе исследования были использованы такие методы, способы и источники исследования как метод обобщения теоретического фактического материала, сравнительный анализ, методов системного подхода.

К принципам формирования отчета о прибылях и убытках и прочем совокупном доходе в первую очередь следует отнести:

- соблюдение критериев признания доходов и расходов;
- соблюдение классификации доходов и расходов;
- принцип равномерного и обоснованного распределения доходов и расходов между отчетными периодами;
- принцип признания расхода (списания актива) при наличии данных о том, что от использования этого актива экономическая выгода (доход) получена не будет.

При составлении отчета о прибылях и убытках, должны быть обеспечены:

- полнота отражения за отчетный период всех хозяйственных операций и результатов инвентаризации денежных средств, основных средств (фондов), материальных ценностей и расчетов;
- тождество данных аналитического учета оборотам и остаткам по счетам

синтетического учета на первое число каждого месяца, а также показателей бухгалтерских отчетов и балансов данным синтетического и аналитического учета. Основанием для записей в бухгалтерском учете служат надлежаще оформленные оправдательные документы или приравненные к ним технические носители информации;

- правильность отнесения доходов и расходов к отчетному периоду в соответствии с планом счетов бухгалтерского учета;
- соблюдение в течение отчетного года принятой учетной политики [2, с.87].

Несоблюдение этих основных условий рассматривается как неправильное составление бухгалтерской отчетности.

Цели бухгалтерской отчетности определяются потребностями пользователей. Поэтому она должна содержать данные о результатах финансово-хозяйственной деятельности, а также о текущем финансовом положении и происшедших в нем изменениях за отчетный период.

Формирование отчета о прибылях и убытках и прочем совокупном доходе преследует следующие цели:

- отчет должен быть составлен в такой форме, которая была бы доступна для понимания не только специалистами в области бухгалтерского учета, но и всем тем, кто стремится изучить и разобраться в бизнесе любой фирмы;
- отчет о прибылях и убытках и прочем совокупном доходе должен предоставлять информацию, которая была бы полезна имеющимся вкладчикам и организациям, другим лицам для принятия рациональных решений;
- отчет должен давать информацию, характеризующую достигнутые за отчетный период финансовые результаты деятельности организации;
- отчет обеспечивает оценку результатов деятельности экономического субъекта за определенный отчетный период с помощью достаточно подробного подразделения данных о доходах и расходах.

Для инвесторов и аналитиков отчет о финансовых результатах во многих отношениях документ более важный, чем баланс организации, поскольку в нем содержится не застывшая, одномоментная, а динамическая информация о том, каких успехи достигнуты организацией в течение года и за счет каких укрупненных факторов, каковы масштабы его деятельности [3, с.45].

Отчет о финансовых результатах содержит сравнение суммы всех доходов организации от продажи товаров и услуг или других статей доходов и поступлений с суммой всех расходов, понесенных организацией для поддержания его деятельности за период с начала года. Результатом данного сравнения является валовая (балансовая) прибыль или убытки за период.

Отчет о прибылях и убытках и прочем совокупном доходе дает представление о тенденциях развития организации, ее финансовых и производственных возможностях не только в прошлом и настоящем, но и в будущем. Отчетность выполняет важную функциональную роль в системе экономической информации. Она интегрирует информацию всех видов учета и представляется в виде таблиц, удобных для восприятия информации объектами хозяйствования.

Отчет о прибылях и убытках и прочем совокупном доходе служит связующим звеном между балансовыми отчетами прошлого и нынешнего учетных периодов и показывает, за счет чего произошли изменения в нынешнем балансе по сравнению с прошлым. Иначе говоря, этот отчет показывает, как изменяется капитал собственников организации под воздействием доходов и расходов, осуществленных в текущем периоде.

В отчете информация отражается за отчетный период и за аналогичный период прошлого года. Форма и содержание отчета могут быть достаточно разнообразными и изменяться в связи с развитием рыночных отношений. Содержащаяся в отчете информация отражает уровень деловой активности организации. Эта информация используется для оценки деятельности организации.

МСФО 1 «Предоставление финансовой отчетности» предусматривает, что названия статей и число рубрик может меняться в зависимости от характера операций, проведенных организацией, и в интересах достоверного и полного представления информации о формировании финансовых результатов в отчетном периоде [4].

Принцип построения отчёта прост. Начало сверху с продаж или валовой прибыли, организация вычитает издержки, разнесённые по статьям, чтобы получить чистую прибыль (или чистые убытки) за период. Надо понимать, что прибыль не обязательно означает наличные деньги, потому как фирма может записать прибыль, когда она продаёт товары или услуги, независимо от того, когда получена фактическая оплата. Кроме того, издержки записываются в то время, когда купленные активы фактически используются, а не когда за них реально заплачены деньги. Это различие важно, поскольку организация, показывающая положительную прибыль в отчёте о прибылях и убытках и прочем совокупном доходе, всё равно может обанкротиться, если у не хватает денежных средств для удовлетворения повседневных потребностей.

Источниками информации для составления отчета являются журналы-ордера, книги учета, аналитические и синтетические данные.

Отчет о прибылях и убытках и прочем совокупном доходе казахстанских организаций в последние годы был существенно преобразован, он стал более компактным и прозрачным для пользователей бухгалтерской информации, по своей структуре и содержанию приблизился к требованиям и формату международных стандартов финансовой отчетности.

В действующих нормативных документах указано, что каждый хозяйствующий субъект должен составить отчет о прибылях и убытках и прочем совокупном доходе с тем, чтобы получить данные о соотношении доходов и расходов. Это требование нашло отражение и в Налоговом кодексе Республики Казахстан. [5].

Исходя из принципов бухгалтерского учета, этот отчет должен быть ясным и наглядным, содержать информацию обо всех прибылях и убытках с учетом требования полноты. Прибыль и убытки в соответствии с принципом начисления (допущения временной определенности фактов хозяйственной деятельности) относятся к тому отчетному периоду, в котором они имели

место, независимо от фактического времени поступления или выплаты денежных средств, связанных с этими фактами. Принцип начисления предполагает, что все хозяйственные операции и иные факты деятельности отражаются на счетах бухгалтерского учета, следовательно, и в бухгалтерской отчетности в тех отчетных периодах, в которых они совершались, независимо от получения или выплаты денежных средств (их эквивалентов).

Принцип начисления позволяет сблизить во времени сопоставление затрат и доходов, более точно представить результаты коммерческих и финансовых операций. При использовании этого принципа в учете фиксируются обязательства организации, связанные с будущими платежами, или предстоящие в будущем денежные поступления. Все это представляет собой важную информацию для прогнозирования будущих финансовых результатов и будущего развития организации, отдельных направлений его деятельности.

При невозможности получения части задолженности от дебиторов следует провести корректировку задолженности путем своевременного начисления резерва на сомнительные долги за счет уменьшения финансового результата отчетного периода.

Требования и рекомендации можно объединить в пять экономических принципов составления отчета о прибылях и убытках и прочем совокупном доходе:

- недопущение взаимозачета статей доходов и расходов (принцип расчета финансового результата методом брутто);
- детализация прибыли и убытков по видам (принцип детализации доходов и расходов);
- детализация затрат по функциям управления производство, управление и сбыт (принцип построения отчета о прибылях и убытках и прочем совокупном доходе по функциям управления и сбыт; по функциям управления - производство;
- отражение возникших в отчетном периоде прибылей и убытков в зависимости от отношения к отчетному периоду (принцип периодизации);
- разделение финансового результата на результат от основной и прочей деятельности (принцип разделения результатов) [6, с.49].

Уже с начала любой деятельности, при сборе информации для последующего ее отражения, у работников финансовой службы, бухгалтеров профессионально появляется вопрос, а как это в итоге отразится на финансовом результате? Итоговый результат важен для руководства, т. к. именно на них лежит ответственность за финансовый результат, и именно они используют информацию с целью принятия управленческих решений. А финансовый результат отчетного периода это чистая прибыль, а может быть, и убыток.

Концептуальная основа подготовки отчетной информации, представляемой в формах отчетности утверждена приказом Министра финансов РК от 27.02.2016 г. № 143 «Об утверждении перечня и форм годовой финансовой отчетности для публикации организациями публичного интереса»

[7]. В отчете о прибылях и убытках и прочем совокупном доходе структурировано производится признание, т. е. отражение задействованной суммы в итоговых показателях отчета, статей о финансовых результатах деятельности, операции по которым отражаются на счетах учета доходов и расходов (по сбору оперативных данных в течение отчетного периода), которые остаются открытыми до конца отчетного периода, а в итоге закрываются на итоговый счет (итоговый доход, убыток). Базовыми критериями признания доходов и расходов в отчете являются:

- определение;
- оценка ;
- своевременность;
- достоверность.

Отчетный период - это период формирования прибылей и убытков в течение года, а в итоге - это прибыль или убыток. Признание и представление на первый взгляд аналогичных показателей производится в соответствии с регламентными документами, сначала по организации и ведению бухгалтерского (налогового) учета, а затем по представлению рассчитанных экономических показателей в утвержденных формах отчетности, для обеспечения пользователей информацией, признанной для всеобщего представления, чтения, анализа и иных действий по усмотрению [8, с.55].

Многие организации предоставляют услуги, признание прибыли по которым является таким же сложным, как и в некоторых ситуациях, описанных в предыдущих разделах. Конечно, наблюдается значительное сходство в признании доходов по сделкам с продажей услуг и по сделкам с материальными товарами. В настоящем разделе рассматриваются четыре метода признания прибыли от оказания услуг: конкретное выполнение, пропорциональное выполнение, завершенное выполнение, инкассация.

Метод конкретного выполнения используется для учета прибыли за услуги, которые были получены при выполнении одного действия. Например, брокер по недвижимости получит доход от комиссионных по продаже, как только он завершит сделку с недвижимостью; стоматолог получит доход после того, как закончит операцию по удалению зуба; прачечная получит доход после того, как будет завершён процесс стирки.

Метод пропорционального выполнения используется для признания прибыли от услуг за более чем один этап выполнения услуг. Метод пропорционального выполнения применяется только тогда, когда выполнение услуги выходит за пределы учетного периода. В соответствии этому методу прибыль признается на основе пропорционального выполнения услуг за период. Пропорциональное измерение прибыли от услуг производится различными методами для разных видов услуг:

Одинаковые этапы выполнения услуг - признается равная сумма прибыли от услуг по каждому такому этапу. Пример: обработка ежемесячных платежей по ипотекам ипотечным банком.

Неодинаковые этапы выполнения услуг - признается прибыль от услуг пропорционально прямым издержкам субъекта, оказывающего услуги по

каждому этапу.

Сходные этапы с фиксированным сроком выполнения - применение обычного метода признания прибыли от услуг является более приемлемым. Пример: предоставление услуг по обслуживанию оборудования при установленной периодической оплате.

Метод завершенного исполнения применяется для учета дохода от услуг, заработанного производством серии одинаковых или неодинаковых этапов исполнения, при этом заключительный этап настолько важен в связи с общей операцией по оказанию услуги, что доход считается заработанным только после того, как произойдет заключительный этап. Например, организация по грузоперевозкам, выполняющая упаковку, погрузку, транспортировку и доставку груза, признает доход от услуги только после доставки груза.

В соответствии с методом инкассирования доход признается при получении наличных денежных средств. Метод инкассирования применяется для учета дохода от услуг, когда неопределенность получения денежных средств так велика или смета расходов по отношению к доходам настолько ненадежна, что требование надежности не удовлетворяется. Такой метод схож с методом покрытия издержек по реализации товаров.

После того, как доход за отчетный период измерен и признан в соответствии с принципом дохода, применяется принцип соответствия для измерения и признания расходов за этот же период. Это второй этап в процессе признания дохода. Принцип соответствия требует, чтобы за любой отчетный период, согласно критериям признания, доходы определялись в соответствии с принципом дохода; за тем за этот период определяются расходы, возникающие в ходе получения доходов за период.

Суть метода соответствия состоит в том, что затраты на использование активов и услуг должны признаваться и учитываться в отчете как расходы за период, в течение которого признается относящийся к нему доход.

Литература:

1. Назарова В.Л. Бухгалтерский учет хозяйствующих субъектов / под. ред. Мамырова Н.К. Алматы: Экономика. 2013. 456 с.
2. Салина А.П. Принципы бухгалтерского учета. Алматы. 2013. 324с.
3. Нурсеитов Э.О. Бухгалтерский учет в организациях. Алматы. 2014. 410 с.
4. Международные стандарты финансовой отчетности 2016: издание на русском языке. Москва: Аскери-АССА, 2017. 1100 с.
5. Налоговый Кодекс Республики Казахстан от 25.12.2017.
6. Кеулимжаев К.К. Финансовый учет на предприятии / под ред. Рахимбековой Р.М. Алматы: Экономик, 2013. 368 с.
7. Приказ Министра финансов РК от 27.02.2016 г. №143 «Об утверждении перечня и форм годовой финансовой отчетности для публикации организациями публичного интереса».
8. Любушин Н.П., Лещева В.Б., Дьякова В.Г. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия: Учебное пособие для вузов / под ред. Н.П. Любушкина. Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. 471 с.

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ОЦІНКИ БІОЛОГІЧНИХ АКТИВІВ

Гришина В.В.

Науковий керівник: Кравченко О.В., к.е.н., доцент

Сумський державний університет

Одним з основних напрямів сільськогосподарської діяльності є рослинництво, особливістю якого є те, що витрати на виробництво продукції та її надходження нерівномірні протягом року. Більшість витрат виконується під час посіву сільськогосподарських культур та збору урожаю, при цьому собівартість сільськогосподарської продукції розраховується тільки в кінці року після врахування всіх виробничих затрат, що впливає на специфіку організації обліку.

Різні питання щодо обліку надходження та використання біологічних активів сільськогосп підприємств досліджувались у працях таких вчених, як: Л. В. Гуцаленко, М.Г. Михайлов, М. Ф. Огійчук, Л. К. Сук, М. Г. Чумаченко, В. Г. Швець та ін. Проте певні проблеми щодо формування облікової інформації та відображення таких активів залишаються не вирішеними і на сьогодні.

Залежно від виду господарської діяльності, з якою пов'язано їх використання, вони можуть бути: сільськогосподарськими біологічними активами та іншими біологічними активами, не пов'язаними з сільськогоспдіяльністю (це можуть бути як основні засоби, так і запаси). Поточний біологічний актив визнається запасом, якщо він не використовується в сільськогосподарській діяльності та утримується для продажу або напрям його використання не визначено. Біологічний актив, визнаний активом в результаті минулих подій, стосовно якого існує імовірність того, що підприємство не отримає в майбутньому економічні вигоди, пов'язані з його використанням, у звітному періоді активом не визнається, а його вартість відноситься до інших витрат операційної діяльності. На практиці це означає, що більша частина біологічних активів або сільськогосподарської продукції може враховуватися до початку збору або до продажу.

Питання оцінки біологічних активів є основною і найбільш гострою проблемою, обумовленою труднощами визначення справедливої вартості на основі ринкової ціни. При наявності кількох активних ринків їх оцінка ґрунтується на даних того з них, на якому підприємство передбачає їх реалізацію. П(С)БО 30 [3] передбачено, що біологічні активи відображаються при їх первісному визнанні оцінюються за справедливою вартістю, або якщо справедливу вартість на дату балансу достовірно визначити неможливо, або якщо підприємство є платником податку на прибуток, можуть визнаватися та відображатися за первісною вартістю, крім поточних біологічних активів рослинництва, які визнаються і відображаються як незавершене виробництво згідно з П(С)БО 9.

Придбаний (одержаний) біологічний актив зараховується на баланс підприємства за первісною вартістю, яка визначається відповідно до П(С)БО 7 «Основні засоби» та 9 «Запаси».

Тобто при надходженні біологічних активів необхідно встановити справедливую вартість, крім випадків застосування первісної вартості при придбанні за плату. Первісна вартість на відміну від справедливої вартості відображає реальні витрати на виробництво продукції, які зафіксовані в первинних документах і регістрах бухгалтерського обліку, а також ґрунтується на реальних цінах, що діяли на відкритому ринку на момент придбання засобів виробництва і предметів праці.

До факторів, що впливають на порядок оцінки біологічних активів, можна віднести їх класифікацію, спосіб надходження та дату оцінки відповідно до певних господарських операцій у процесі руху об'єктів біологічних активів. На дані аспекти необхідно звернути увагу при розкритті інформації щодо конкретного порядку організації обліку біологічних активів і результатів їх біотрансформації в рамках своєї облікової політики.

Моментом подальшого визнання біологічних активів за справедливою вартістю в бухобліку організації є дата їх переоцінки в результаті біотрансформації (зростання, дегенерації) на початок кожного звітного періоду. На кожен дату складання балансу необхідно їх переоцінювати за справедливою вартістю. Таким чином, можна сформулювати релевантну інформацію щодо показників фінансової звітності, яку використовують при отриманні сільськогосподарськими підприємствами інвестицій і кредитів банків. Собівартість реалізованих біологічних активів, яка також обліковується за справедливою вартістю, дорівнює їх справедливій вартості без витрат на місці продажу на останню дату складання балансу, по тій вартості, за якою вони відображені в обліку на дату реалізації. [1] Відповідно до Методичних рекомендацій з бухгалтерського обліку біологічних активів оцінювання біологічних активів на дату проміжного та річного балансу здійснюється за справедливою вартістю, зменшеною на очікувані безпосередні витрати на місці продажу [3].

Можливі підходи до оцінки біологічних активів та сільськогосподарської продукції за справедливою вартістю передбачають можливість застосування п'яти методів оцінки: аналіз контрактів; експертної оцінки комісією; аналогів; прийняття цін; сторонньої професійної оцінки. [2].

Отже, на сьогодні за вимогами чинного законодавства використовуються два підходи до оцінки біологічних активів на дату балансу за первісною вартістю (залишковою вартістю) або справедливою вартістю. Для біологічних активів переважним є використання останньої. В міжнародній практиці наголошується на найширшому використанні оцінки за первісною вартістю.

Література:

1. Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку біологічних активів [Електронний ресурс]: – Режим доступу: <https://zakon.help/article/metodichni-rekomendacii-z-buhgalterskogo-obliku-bioiviv>
2. МСБО 41 «Сільське господарство» [Електронний ресурс] : – Режим доступу: <https://zakon.help/article/mizhnarodnii-standart-buhgalterskogo-obliku-41/>
3. П(С)БО 30 «Біологічні активи» від 18.11.2005 № 790 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.help/law/790/>

ОБЛІК ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ: НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Дорошенко М.М.

*Науковий керівник: Болдовська К.П., канд. екон. наук, доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Нормативне регулювання будь-якого об'єкту бухгалтерського обліку є принциповим питанням для досягнення достовірності облікових даних та задоволення інформаційних потреб користувачів.

Порядок бухгалтерського обліку виробничих запасів визначається різними суб'єктами в межах їх повноважень та представлений трьома рівнями (міжнародний, державний і рівень підприємства), що будують систему нормативного регулювання бухгалтерського обліку виробничих запасів.

Так, основою бухгалтерського обліку виробничих запасів є Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність» від 16.07.1999 р. № 996, який визначає правові засади регулювання, організації ведення бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності в Україні, в т.ч. щодо виробничих запасів, порядок оформлення первинних документів та реєстрів бухгалтерського обліку, обов'язки підприємств у проведенні інвентаризації, зокрема в частині відображення залишків виробничих запасів на дату складання балансу.

Питання методологічного наповнення бухгалтерського обліку виробничих запасів підприємства регулюють Положення (стандарт) бухгалтерського обліку (П(С)БО) 9 «Запаси», затверджене наказом Міністерства фінансів України від 20.10.1999 р. № 246 і Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку (МСБО) 2 «Запаси».

Так, П(С)БО 9 визначає методологічні засади формування в обліку інформації про виробничі запаси, регулює їх порядок оцінки і обліку на підприємстві та розкриття інформації в фінансовій звітності, регулює порядок здійснення операцій, пов'язаних із рухом виробничих запасів. МСБО 2 встановлює особливості визнання й оцінки виробничих запасів при їх надходженні і використанні для підприємств України, які використовують міжнародні стандарти для ведення бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності.

Окрім П(С)БО 9 «Запаси», порядок формування в обліку та фінансовій звітності інформації про виробничі запаси тією чи іншою мірою визначають:

– НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», затверджене наказом Міністерства фінансів України від 07.02.2013 р. № 73, де окреслено мету, склад і принципи формування фінансової звітності, а також та вимоги до визнання і розкриття її елементів, у т.ч. при формуванні інформації про виробничі запаси;

– П(С)БО 16 «Витрати», Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати», затверджене наказом Міністерства фінансів України від 31.12.1999 р. № 318, де визначено методологічні засади формування в

бухгалтерському обліку інформації про витрати підприємства (у т.ч. і витрати виробничих запасів) та її розкриття в фінансовій звітності. Зокрема, П(С)БО 16 визначається, що до складу прямих матеріальних витрат (як складової виробничої собівартості продукції) включається вартість сировини та основних матеріалів, що утворюють основу вироблюваної продукції, купівельних напівфабрикатів та комплектуючих виробів, допоміжних та інших матеріалів, які можуть бути безпосередньо віднесені до конкретного об'єкта витрат.

Необхідно відзначити, що крім П(С)БО 9 «Запаси» в Україні існують інші нормативні документи, безпосередньо спрямовані на регулювання обліку виробничих запасів, серед яких необхідно виділити Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку запасів, затверджені Наказом Міністерства фінансів України від 10.01.2007 р. № 2. Цей документ, зокрема, більш широко розкриває сукупний склад запасів для цілей бухгалтерського обліку. Також в цьому документі розкривається документальне оформлення руху запасів, їх визнання та оцінка, порядок формування первісної вартості запасів, методи оцінки запасів при їх вибутті, бухгалтерський облік запасів тощо.

План рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій та Інструкція про його застосування, затверджені Наказом Міністерства фінансів України від 30.11.1999 р. № 291, визначають основні рахунки та субрахунки для систематизації інформації про виробничі запаси, а також регулюють порядок їх використання при здійсненні операцій з ними. Так, Планом рахунків передбачено рахунок 20 «Виробничі запаси» (має дев'ять субрахунків), який призначено для узагальнення інформації про наявність і рух належних підприємству запасів: сировини і матеріалів, купівельних напівфабрикатів і комплектуючих виробів, палива, тари і тарних матеріалів, будівельних матеріалів, матеріалів, переданих в переробку, запасних частин, матеріалів сільськогосподарського призначення, інших матеріалів.

Серед інших нормативно-правових актів, що регулюють облік виробничих запасів на підприємстві, можна зазначити:

- Положення про інвентаризацію активів та зобов'язань, затверджене Наказом Міністерства фінансів України від 02.09.2014 р. № 879;
- Методичні рекомендації щодо облікової політики підприємства, затверджені Наказом Міністерства фінансів України від 27.06.2013 р. № 635;
- Типові форми первинних облікових документів з обліку сировини та матеріалів, затверджені Наказом Міністерства статистики України від 21.06.1996 р. № 193;
- Порядок визначення розміру збитків від розкрадання, нестачі, знищення (псування) матеріальних цінностей, затверджений Постановою Кабінету міністрів України від 22.01.1996 р. № 116;
- Порядок проведення дооцінки залишків товарно-матеріальних цінностей від 31.05.1993 р. № 37-20/248/07-104.

Таким чином, бухгалтерський облік виробничих запасів підприємства є складною системою, що має безліч нюансів та особливостей. Саме тому в нормативно-правовій базі виділено значну кількість документів, що

регламентують порядок ведення їх обліку та відображення інформації про них у звітності.

МЕТОДОЛОГИЯ УЧЕТА ВОЗНАГРАЖДЕНИЙ РАБОТНИКАМ

Еркинбаева А.Н.

*Казахский автомобильно-дорожный институт им. Л.Б.Гончарова,
Казахстан*

Многие способы вознаграждений работникам, применяемые в мировой практике, не используются в нашей стране. Раскрытие информации о вознаграждении работников позволяет внешнему пользователю проанализировать действующую систему вознаграждения с позиций наличия потенциально опасных стимулов к рискованным инвестициям и стратегиям.

Вознаграждения работникам — все формы возмещения, которые организация предоставляет работникам в обмен на оказанные ими услуги. Вознаграждения работникам включают вознаграждения, предоставляемые как работникам, так и их иждивенцам, и могут осуществляться путем выплат (или предоставлением товаров или услуг), осуществляемых в пользу либо непосредственно работников, их супругов, детей или других иждивенцев, либо других лиц, таких как, например, страховые компании [2].

Теоретической основой исследования являются международные и национальные стандарты финансовой отчетности.

В процессе исследования методологии учета вознаграждений работникам были использованы метод обобщения теоретического фактического материала, сравнительный анализ, методов системного подхода.

Учетные принципы отражения в финансовой отчетности различных видов вознаграждений работникам определены в МСФО (IAS) 1 «Представление финансовой отчетности», МСФО (IAS) 19 «Вознаграждения работникам», МСФО (IAS) 24 «Раскрытие информации о связанных сторонах» и МСФО (IFRS) 2 «Платеж, основанный на акциях».

МСФО (IAS) 19 «Вознаграждение работникам» устанавливает правила учета и раскрытия информации о вознаграждении работников компании.

МСФО (IAS) 1 требует раскрытия информации о расходах на выплату вознаграждений работникам [1].

МСФО (IAS) 24 определяет обязательное раскрытие информации по вознаграждениям ключевого управленческого персонала; определяет понятие ключевого управленческого персонала как лиц, наделенных полномочиями и ответственностью в вопросах планирования, руководства и контроля деятельностью компании, в том числе любой директор (исполнительный или неисполнительный) такой компании [3]. Информация о структуре и объеме вознаграждения руководителей компании представляет большой интерес для широкого круга заинтересованных сторон: акционеров, инвесторов и регуляторов. Она позволяет сделать вывод о том, насколько эффективно

менеджеры мотивированы работать в интересах компании, улучшать ее финансовые результаты.

МСФО (IFRS) 2 регулирует учет и раскрытие информации по схемам вознаграждений на основе акций (применительно к сотрудникам компании). Раскрытию подлежат описание операций, произошедших в течение периода предоставления долевых инструментов, условия заключенных соглашений, срок их исполнения и способ расчета по ним (денежными средствами или долевыми инструментами).

Основные принципы, положения и требования МСФООС и МСФО для МСБ основаны на МСФО (IAS) 19 [4]. Общим принципом МСФО (IAS) 19 является то, что затраты по вознаграждениям работникам должны быть признаны в тех периодах, в которых данные вознаграждения были заработаны работником, а не в том в котором они выплачены [7].

Требования МСФО в отношении учета и раскрытий информации о вознаграждениях сотрудников в стандартах указаны в таблице 1.

МСФО (IAS) 19 определяет следующие виды вознаграждений:

1) краткосрочные выплаты, такие как оплата заработной платы рабочим и служащим, оплата больничных, отпусков, участие в прибыли и премии (если они выплачиваются в течение 12 месяцев после окончания периода), а также вознаграждения в неденежной форме (такие как медицинское обслуживание, обеспечение жильем и автотранспортом и бесплатные или предоставленные товары или услуги бесплатно или по льготной цене) для занятых в настоящее время работников;

2) выплаты по окончании трудовой деятельности, такие как пенсии, иные вознаграждения после выхода на пенсию, страхование жизни и медицинское обслуживание по окончании трудовой деятельности;

3) выходные пособия;

4) прочие долгосрочные выплаты, включая оплачиваемый отпуск для работников, имеющих длительный стаж работы, или оплачиваемый творческий отпуск, юбилей или другие долгосрочные вознаграждения, долгосрочные пособия по нетрудоспособности, а также участие в прибыли, премии и отсроченная компенсация в случае, если указанные выплаты осуществляются в срок более чем 12 месяцев после окончания периода;

5) компенсационные выплаты долевыми инструментами.

Краткосрочные вознаграждения признаются в балансе обязательством компании немедленно по факту получения услуг, с зачетом любых ранее выплаченных авансов и не дисконтируются. Начисление обязательства корреспондирует с начислением расходов периода, исключая вознаграждения, относимые на увеличение себестоимости продукции по МСФО (IAS) 2 «Запасы», основных средств по МСФО (IAS) 16 «Основные средства».

Таблица 1 - Стандарты, регулирующие учет вознаграждений работникам

Стандарты Назначение	Международные стандарты финансовой отчетности (полный комплект) (МСФО)	Международные стандарты финансовой отчетности для малого и среднего бизнеса (МСФО для МСБ)	Международные стандарты финансовой отчетности для общественного сектора (МСФООС)	Национальный стандарт финансовой отчетности (НСФО)
Основной стандарт	МСФО (IAS) 19 «Вознаграждения сотрудников»	Раздел 28 «Вознаграждения работникам»	МСФООС 25 «Вознаграждения работникам»	П. 67. Расходы по вознаграждениям работников Расходы по вознаграждениям работников не предусматривают признания краткосрочных оценочных обязательств
Классификация вознаграждений работникам	Определены пять групп выплат, отличающихся правилами признания, оценки и отражения в отчетности			
Признание и методы оценки	Краткосрочные вознаграждения отражаются по недисконтированной стоимости, долгосрочные – по дисконтированной. Для определения дисконтированной стоимости обязательств по пенсионным планам применяется метод актуарной оценки			
Компенсационные выплаты долевыми инструментами	МСФО (IFRS) 2 «Платеж, основанный на акциях»	Раздел 26 «Выплаты, основанные на акциях»	МСФО или НСФО, касающиеся выплат вознаграждений долевыми инструментами	
Методика определения справедливой стоимости выплат долевыми инструментами	Применяются методы, основанные на расчетных моделях ценообразования опционов	В отсутствии активного рынка компания может определять справедливую стоимость, исходя из предположений менеджмента		
Требования к раскрытию информации финансовой отчетности	МСФО (IAS) 1 «Представление финансовой отчетности» МСФО (IAS) 24 «Раскрытие информации о связанных сторонах»	Раздел 3 «Представление финансовой отчетности» Раздел 33 «Раскрытие информации о связанных сторонах»	МСФООС 1 «Представление финансовой отчетности» МСФООС 20 «Связанные стороны»	
Примечание – Составлено авторами				

Согласно МСФО компания должна оценивать ожидаемые затраты на оплату накапливаемых оплачиваемых отпусков как дополнительную сумму, которую она предполагает выплатить работнику за неиспользованные отпуска, накопленные по состоянию на отчетную дату [5]. Для оценки таких ожидаемых затрат в бухгалтерском учете используется понятие резерв.

НСФО в пункте 67 определяет: «Расходы по вознаграждениям работников включают заработную плату, оплачиваемые отпуска, премии, пособия и другие выплаты работникам» [6]. Расходы по вознаграждениям работников не предусматривают признания краткосрочных оценочных обязательств (так называемых резервов по неиспользованным отпускам).

Все виды текущих выплат, которые не подлежат накоплению, отражаются как текущие обязательства. Обязательства по планам участия в прибыли и премиям возникают в связи с услугами, оказанными работником,

поэтому компания признает затраты по планам участия в прибыли и выплатам премий как расход, а не как распределение чистой прибыли.

Операции по начислению текущих ненакапливаемых выплат начисляются как заработная плата – по кредиту счета обязательств по оплате труда персоналу в корреспонденции со счетом соответствующих затрат.

В западной практике учета, вознаграждения по окончании трудовой деятельности, включают выплаты по пенсионным планам, а также планам медицинского страхования и другим социальным программам, обеспечивающим за счет работодателей (или за счет самих работников и от их имени, но через работодателей), или определенные гарантии бывшим работникам после их выхода на пенсию. Пенсионный план (Post-employment benefit plans) – это программа пенсионного обеспечения, условиями которой устанавливаются правила осуществления пенсионных выплат и способы их финансирования. Это программа, разработанная самим работодателем или группой работодателей, для обеспечения работников, закончившим трудовую деятельность по достижении ими пенсионного возраста.

Пенсионные фонды, как и другие неприбыльные организации, учреждаются участниками – юридическими лицами и гражданами. Пенсионный фонд может учредить группа юридических лиц, объединенных общими экономическими (отраслевыми, профсоюзными) интересами. Организации, учредившие пенсионный фонд, являются его вкладчиками, а участниками выступают работники этих организаций. Если же к числу учредителей относятся отдельные граждане (не наемные работники этих организаций), тогда они являются и вкладчиками, и участниками одновременно.

Негосударственные пенсионные фонды, как и государственные, должны аккумулировать пенсионные взносы вкладчиков и выплачивать пенсии в пределах круга участников по достижении ими пенсионного возраста. Фонд ведет реестр граждан-участников и работников компаний-вкладчиков, учет пенсионных счетов, сохраняет и размещает пенсионные резервы в соответствии с возложенными на эту организацию функциями.

Компании-вкладчики перечисляют на счета пенсионного фонда определенную часть балансовой прибыли на пенсионное обеспечение работников. Суммы этих перечислений не облагаются налогом на прибыль и не подлежат обложению сбором на все виды социального страхования, так как эти вклады и есть один из видов социального страхования.

В IAS 19 не определено, за счет какого источника делаются эти перечисления: учитываются в текущих расходах или уменьшают прибыль непосредственно. Если руководствоваться общим правилом, то взносы на любое социальное страхование, осуществляемое за счет работодателя, начисляются из того же источника, из которого начисляется соответствующая доля выплат. Но, следует различать обязательное пенсионное страхование, и дополнительное, т.е. добровольное. По мнению некоторых авторов, расходы на обязательное пенсионное страхование необходимо относить на себестоимость конечного продукта или расходы текущего периода, а расходы на добровольное пенсионное страхование начислять за счет прибыли.

В IAS 19 описывает два тип пенсионных программ, используемых в западной практике: программы с установленными взносами – Defined contribution plans, и программы с установленными выплатами – Defined benefit plans. В пенсионном плане с установленными выплатами цель работодателя – не только обеспечить работников дополнительной пенсией, но и получать прибыль на свои вложения. Отсутствие ответственности работодателя, осуществляющего пенсионное обеспечение работников на основе плана с установленными взносами, объясняется отсутствием инвестиционной цели – получения прибыли. План с установленными выплатами, это такой же бизнес-проект, как любой вид деятельности инвестиционной или финансовой сферы.

Согласно МСФО (IFRS) 2 выплаты, основанные на акциях, приводят в конечном итоге к соответствующим изменениям в капитале организации. МСФО (IFRS) 2 квалифицирует вознаграждения (выплаты), основанные на акциях, расчеты по которым осуществляются в денежной форме, в сумме, эквивалентной стоимости акций как обязательства, а не собственный капитал. Величина этих обязательств на дату их возникновения определяется по справедливой стоимости акций с использованием моделей оценки опционов и переоценивается по справедливой стоимости акций на каждую отчетную дату.

Готовность организации раскрыть информацию о системе вознаграждения руководства свидетельствует о ее стремлении соответствовать передовым международным стандартам в области открытости и прозрачности. Агрессивные системы премирования руководства компании, нацеленные на краткосрочный результат, считаются одной из ключевых причин глобального экономического кризиса. Прозрачность позволяет повысить доверие к компании, а значит снизить стоимость привлечения капитала.

Литература:

1. МСФО (IAS) 1 «Представление финансовой отчетности». URL: www.min.fin.kz.
2. МСФО (IAS) 19 «Вознаграждения работникам». URL: www.min.fin.kz.
3. МСФО для МСБ (IFRS for SME). URL: www.min.fin.kz.
4. Справочник - 1 том - МСФООС. 2012. URL: www.min.fin.kz.
5. Национальный стандарт финансовой отчетности (НСФО). URL: www.min.fin.kz.
6. Финансовая отчетность в соответствии с МСФО. Алматы, 2007. 360 с.

ПІДПРИЄМСТВО НЕ ВИПЛАЧУЄ АВАНС НА ВІДРЯДЖЕННЯ: ВИРІШЕННЯ СИТУАЦІЇ

Єрнєсї Р.Р.

*Науковий керівник: Кравченко О.В., к.е.н., доцент
ННІ БіЕМ Сумський державний університет*

На підприємстві іноді бувають випадки коли працівник їде у відрядження без авансу або закупівлю ТМЦ здійснює за власні кошти. На нашу думку, такі випадки є порушенням чинного законодавства і при цьому виникає ризик штрафних санкцій.

Розглянемо ці ситуації детальніше. Зокрема придбання ТМЦ за власні кошти, а потім оформлення Звіту про використання коштів, виданих на відрядження або під звіт та повернення коштів працівнику є ризикованою операцією. Ризик пов'язаний з порушенням ПКУ, а саме якщо придбання товарів (робіт, послуг) на користь роботодавця здійснюється працівником за рахунок власних коштів у зв'язку з виконанням дорученої йому роботи (трудової функції), то дохід у вигляді компенсації за придбані товари (роботи, послуги) не є доходом для цілей оподаткування ПДФО і ВЗ. Проте за умови підтвердження роботодавцем доцільності та обґрунтованості здійснених таким працівником витрат; якщо ж придбання товарів (робіт, послуг), яке здійснюється працівником на користь роботодавця за рахунок власних коштів, не пов'язано з виконанням трудової функції таким працівником, то дохід, виплачений цьому працівнику за реалізовані (продані) товари (роботи, послуги) включається до його загального місячного (річного) оподатковуваного доходу як інший дохід та оподатковується ПДФО і військовим збором на загальних підставах (роз'яснення 103.04 ЗІР) [3].

Що стосується направлення працівника у відрядження без видачі йому авансу, то це є порушенням КЗпП ст. 121, в якій зазначається, що роботодавець зобов'язаний видати працівникові аванс на відрядження [1]. У аванс входять суми добових, вартість проїзду та витрати на проживання. Проте підприємству потрібно слідкувати за строками видачі авансу. Його не можна видавати раніше дати наказу про направлення у відрядження.

Контролери роз'яснюють, що за умови придбання працівником за власні готівкові кошти товарів для потреб підприємства Звіт необхідно подати у визначені законодавством строки (консультація ЗІР категорії 109.15 розділу «Запитання – відповіді з Бази знань») та лист Мінфіну від 01.12.2016 р. № 31-11170-16-29/34246) [4]. При цьому контролюючі органи підкреслюють, що «у разі несвоєчасного подання Звіту при придбанні за власні кошти товарів для потреб підприємства (використанні власних коштів у відрядженні), фінансові санкції не застосовуються» [2].

Дослідження чинного законодавства щодо випадків направлення працівника у відрядження без надання йому авансу може призвести до ризику штрафних санкцій. Порушення ст. 121 КЗпП є порушенням мінімальних державних гарантій ст. 12 Закону «Про оплату праці» де зазначається: «гарантії

та компенсації працівникам у разі службових відряджень є мінімальними державними гарантіями в оплаті праці», про це також свідчить зміст листа Мінсоцполітики від 21.12.16 р. № 1732/0/101-16/28 [4].

Згідно із ч.2 ст. 265 КЗпП за невиконання робіт на підприємство та його посадових осіб можуть накласти штраф у розмірі – у двократному розмірі мінімальних заробітних плат, виходячи з розміру МЗП, встановленого на момент виявлення порушення за кожного працівника [1].

З метою запобігання даних ситуацій пропонуємо застосовувати на підприємстві журнал реєстрації наказів видачі та компенсації авансу за формою, наданої у табл. 1.

Таблиця 1 Журнал реєстрації наказів, видачі та компенсації авансу підзвітним особам у січні 2022 р.

Реквізити Наказу				Дані про видачу авансу в підзвіт або на відрядження			Дані про компенсацію витрат на придбання ТМЦ або відрядження			
№ з/п	Дата	Наказ №	Мета видачі	П.І.Б. підзвітної особи	Наказ №	Сума, грн	№ авансового звіту	Дата	Дата компенсації	Сума, грн
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1.	2	3	відрядження	Сидоренко І.І.	3	4000	3	21		
2.	2	4	придбан. канц. тов.	Пархоменко О.О.	4	-	4	25	26	4800

Бухгалтер _____

Література:

1. Кодекс Законів про працю : закон України від 10.12.1971. № 322-VIII із змінами і доповненнями. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/322-08#Text>

2. Облік розрахунків із підзвітними особами. Інтерактивна Бухгалтерія. 20 травня 2019. № 94. URL : <https://interbuh.com.ua/ua/documents/ib/9328/129937>

3. Онищенко В., Янченко О. Підзвітні кошти: видача, облік та оподаткування. *Головний бухгалтер*. 2 грудня 2021. URL : <https://www.golovbukh.ua/article/7738-pdzvtn-koshti-vidacha-oblk-ta-opodatkuvannya>

4. Про розмір добових : лист Мінсоцполітики від 21.12.16 р. № 1732/0/101-16/28. URL : <https://ips.ligazakon.net/document/FN028155>

5. Щодо підтвердження факту здійснення господарських операцій : лист Мінфіну від 01.12.2016 р. № 31-11170-16-29/34246. URL : <https://ips.ligazakon.net/document/MF16104>

ПОДАТКОВИЙ ОБЛІК ПІДПРИЄМСТВ

Івакін В.О.

*Науковий керівник: Хорошилова І.О., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Однією з провідних умов ефективної діяльності підприємства є своєчасне та повне здійснення обліку податкових операцій та їх відображення у податковій звітності. Правильний підхід до відображення в податковому обліку операцій платника податків є основою вірного їх відображення в податковій звітності.

Сутністю податкового обліку є господарсько-фінансові відносини, що виникають при нарахуванні та сплаті податків і зборів (обов'язкових платежів), тобто між державними податковими органами і юридичними та фізичними особами, щодо податків і обов'язкових платежів до бюджетів усіх рівнів [2]. В сучасній літературі податковий облік - це система групування інформації для визначення податкової бази за податками на підставі первинних документів, згрупованих в відповідності з порядком, передбаченим діючим податковим законодавством[1].

Реформування економічних відносин в Україні спричинило серйозні зміни фінансового механізму їх регулювання, зокрема податкової системи та податкового обліку. Тому, ця система є однією з найважливіших у фінансових взаємовідносинах між державою і суб'єктами бізнесу. Також податкова система є різноплановою і впливає фактично на всі види діяльності підприємств. Чинна податкова система безперервно удосконалюється, що свідчить про зусилля запровадити ефективно діючі стосунки між державою і суб'єктами господарювання, які поруч із формуванням доходної частини бюджету, забезпечували б стимулювання і зростання виробництва. Для впровадження даної мети у законодавчому порядку сформульовано багатоваріантну систему оподаткування, що запроваджує прямі та непрямі податки, податкові платежі, з метою визначення яких застосовуються своєрідні бази та механізми обрахунку, вони беруться із різноманітних джерел: прибутку підприємства чи витрат діяльності.

В Україні існує дворівнева система оподаткування суб'єктів господарювання - підприємств, організацій та фізичних осіб: перший рівень – загальнодержавні податки і збори (обов'язкові платежі), другий – місцеві податки і збори (обов'язкові платежі). Податкова звітність є підсумковою стадією виконання податкового обов'язку і передбачає сукупність дій платника податків (або особи, що його представляє) з обчислення податків і зборів та складання і подання документів, передбачених законодавством, до контролюючого органу. Застосування однозначного тлумачення та використання терміна «податкова звітність» сприятиме посиленню основних засад законодавства щодо сплати всіх податків та зборів.

Податкова декларація є вагомою частиною процесу адміністрування податків, адже в ній фактично реалізується елемент звітності перед

контролюючими органами [2].

Звітність за податками розкриває її користувачам інформацію про нараховані податкові зобов'язання, правильність застосування податкової бази, методів її нарахування або регулювання заборгованості платника за таким податком. Подання податкової звітності в електронному вигляді є надзвичайно важливим кроком у взаєморозумінні та налагодженні партнерських стосунків між контролюючим органом та платниками податків

Облікове забезпечення податкової звітності є надзвичайно важливим процесом, якщо при цьому враховувати досить жорсткий порядок проведення фінансових санкцій, які застосовуються до суб'єктів бізнесу, керівників підприємств і головних бухгалтерів при виявленні порушень і відхилень при їх обчисленні. Не зважаючи на те, що податковий облік поєднується зі звичним порядком ведення фінансового обліку, його ми не можемо вважати лише складовою частиною останнього, позаяк суттєві особливості економічних показників, які тут застосовуються, визначають значні відмінності у використанні не тільки форм первинних документів, аналітичних реєстрів, взаємозв'язку рахунків, але і методики організації даного процесу [2].

Податковий облік ведеться з метою формування повної та достовірної інформації про господарські операції, що були проведені платником протягом звітного періоду з метою оподаткування, а також забезпечення інформацією внутрішніх та зовнішніх користувачів для контролю за вірністю нарахування, повнотою та своєчасністю перерахування податків.

Високий рівень автоматизації обліку на підприємствах, які перебувають на загальній системі оподаткування, дозволить здійснювати оперативний обмін електронною інформацією з фіскальною службою. Наявність та оперативність надходження усієї облікової інформації в електронній формі значно спрощує проведення податкових перевірок. Податковим кодексом України сформоване правове поле електронних перевірок, пов'язаних із визначенням об'єктів оподаткування, первинних документів, реєстрів бухгалтерського обліку, фінансової звітності, інших документів, пов'язаних з обчисленням та сплатою податків і зборів [1].

Література:

1. Податковий кодекс України : Кодекс України; Закон, Кодекс від 02.12.2010 № 2755-VI Верховна Рада України.
URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/2755-17> (дата звернення: 25.12.2021)
2. Лега О.В. Податкова звітність: еволюція визначення. Інноваційна економіка. 2013. № 3. С. 300–303
3. Панасик В.М. Податковий облік. Навч. посіб. Тернопіль: Карт-Бланш, 2015. 263 с.

ПРОБЛЕМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМІВ ПРЯМОГО ОПОДАТКУВАННЯ В УКРАЇНІ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

Крись К.М.

*Науковий керівник: Жила М.О., старший викладач
Бердичівський фаховий коледж промисловості, економіки та права*

Формування сучасної системи оподаткування є важливою складовою частиною процесу розбудови ринкової економіки України та її інтеграції до системи світових господарських зв'язків. І тому вдосконалення прямого оподаткування покликане покращати функціонування національної економіки, створити надійну основу для розвитку малого та середнього бізнесу, сприяти отриманню стабільних надходжень до державного бюджету України з метою реалізації всіх необхідних загальнодержавних завдань.

Податкові надходження є одними з основних джерел формування дохідної частини бюджету, оскільки важливу роль у наповненні якого відіграють саме прямі податки [1]. У структурі податкових надходжень України такі податки за розміром є меншими за непрямі, але саме вони вважаються найбільш справедливими, адже дозволяють перекласти основний податковий тягар на більш заможні верстви населення та мають пряму залежність від рівня доходів платника [3].

Застосування прямих податків є одним із економічних методів керування та забезпечення взаємозв'язку загальнодержавних інтересів із інтересами суб'єктів господарювання та населення, але низький рівень податкової культури, недосконалість фіскального законодавства та неналагоджений механізм стягнення податків призводить до зменшення надходжень у і без того дефіцитний бюджет. А тому, беручи до уваги реалії сьогодення, особливої актуальності набуває проблема побудови досконалої й ефективної системи прямого оподаткування [2].

Ураховуючи те, що пропорційна шкала оподаткування суперечить відтворювальній функції податків, а її відміна – принципу справедливості, можна запропонувати повернення прогресивної шкали оподаткування та розширення її меж з подальшим використанням більше ніж двох ставок до основного об'єкта оподаткування – доходів у вигляді заробітної плати, інших заохочувальних і компенсаційних виплат або інших виплат і винагород [3]. Для вдосконалення податку з доходів фізичних осіб можна запропонувати такі дії: ставки ПДФО мають бути такими, з якими платники податку абсолютно згодні. Вони повинні повністю залежати від доходів громадян.

Крім того, важливим кроком є відміна пільги для підприємств промисловості, підприємств нематеріальної сфери виробництва та решти підприємств, що не вкладають інвестицій, не займаються інноваціями, модернізацією та реальним виробництвом. Також органи державної влади повинні зайнятися відшкодуванням несправедливо наданих пільг до бюджетів та боротися з тінізацією прибутків [2].

До проблем прямого оподаткування можна віднести:

- недосконалість законодавчої бази, є труднощі з визначенням того, що належить до доходів;
- складний механізм бухгалтерського обліку об'єкта оподаткування та стягнення податків;
- відсутність належного контролю, що породжує тінізацію доходів і ухилення від оподаткування [2].

Усі названі проблеми мають один наслідок – в Україні фактично відсутнє ринкове конкурентне середовище, що робить податок на прибуток фактично неефективним. Держава використовує політику цільового стимулювання економіки за допомогою податків для економічного зростання, до якої належать: прискорена амортизація; відрахування з прибутку, що оподатковується, витрат на інвестиції; надання податкового інвестиційного кредиту.

Отже, на основі проведеного дослідження пропонуються такі перспективні напрямки реформування системи прямого оподаткування: удосконалення інституційного середовища оподаткування; усунення неточностей в алгоритмах визначення бази оподаткування; введення складної прогресії в частині оподаткування доходів фізичних осіб; мінімізація податкових пільг; поетапне зниження податкового навантаження на економіку країни; підвищення фіскальної ефективності податків шляхом розширення податкової бази; удосконалення системи адміністрування та інше [3].

Література:

1. Податковий кодекс України зі змінами та доповненнями станом на 01.01.2022 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua>.
2. Садовенко М. М., Арієнчук А. М. Проблеми та шляхи вдосконалення системи прямого оподаткування в Україні. Бізнес Інформ. 2019. №12. URL: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2019-12-325-331>.
3. Дубовик О. Ю., Любчик О. К. Методичні аспекти визначення дієвості податкового механізму // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного ун-ту. – 2020. - № 29. – С. 87-90.

УПРАВЛІНСЬКИЙ ОБЛІК НА ПІДПРИЄМСТВІ: ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ ВПРОВАДЖЕННЯ

Кулікова К.М., Лівенцова Я.О.

*Науковий керівник: Болдовська К.П., канд. екон. наук, доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

За сучасних умов для ефективного управління суб'єктом господарювання одним з основних і вкрай необхідним заходів є формування системи управлінського обліку, яка є цілісною системою збору, аналізу, інтерпретації і надання інформації користувачам для прийняття ефективних управлінських рішень, релевантне забезпечення якою створює додаткові конкурентні переваги

підприємства в ринковому середовищі.

Під управлінським обліком, за загальним визначенням, розуміють процес, який безперервно вдосконалює планування, проектування, вимірювання і функціонування систем фінансової і не фінансової інформації, який направляє дії менеджменту, мотивує поведінку, підтримує і створює культурні цінності, необхідні для досягнення стратегічних, тактичних і оперативних цілей організації [1].

Узагальнена схема організації управлінського обліку в обліковій системі підприємства представлена трьома етапами:

- методологічний (визначення основних завдань управлінського обліку і порядку їхнього вирішення; визначення системи збирання і подання управлінської інформації для прийняття рішень; визначення складу і змісту інформації для прийняття управлінських рішень, переліку необхідних даних);

- технічний (розробка системи збирання даних та схеми і правил документообігу; розробка форм внутрішньої звітності; визначення періодичності і послідовності її складання);

- організаційний (проектування організаційної структури відділу управлінського обліку з його функціями, завданнями та виконавцями; розподіл обов'язків між працівниками відділу управлінського обліку і центрів відповідальності та встановлення взаємозв'язків між ними; розроблення внутрішніх положень щодо організації управлінського обліку – розробка і затвердження облікової політики управлінського обліку).

Отже, управлінський облік як інструмент сучасного менеджменту впорядковує витрати підприємства за об'єктами і процесами, притаманними саме цьому суб'єкту господарювання, що робить їх структуру прозорою та доступною для подальшого аналізу. Відтак, ведення управлінського обліку дає можливість відображення реального стану підприємства.

Таким чином, у сучасних економічних умовах управлінський облік поступово займає першочергові позиції в інструментарії підвищення ефективності діяльності підприємства, а його наявність стає невід'ємною частиною успішного розвитку суб'єкта господарювання.

Література:

1. Бутинець Ф. Ф., Чижевська Л. В., Герасимчук Н. В. Бухгалтерський управлінський облік : навч. посіб. Житомир: ЖІТІ, 2000. 448 с.

ОСОБЛИВОСТІ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ НА МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВАХ В УКРАЇНІ

Лівенцова Я.О.

*Науковий керівник: Маліков В.В., д. н. з держ. упр., професор
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Малий бізнес в Україні тільки нещодавно почав розвиватися, і темпи

розвитку трохи повільні. Становлення малого бізнесу України залежить від прийняття своєчасних та ефективних управлінських рішень, інформаційною базою яких є дані бухгалтерського обліку.

Підприємства, що відносяться до малих підприємств, самостійно формулюють облікову політику, здійснюють бухгалтерську діяльність відповідно до неї, обирають форми і системи обліку. Незалежно від організаційно-правової форми та форми власності всі підприємства зобов'язані вести бухгалтерський облік і складати фінансову звітність відповідно до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність» [1], який встановлює правові засади регулювання, організації та ведення бухгалтерського обліку та звітності українським підприємствам. Крім іншого, дія Закону поширюється на підприємства, пов'язані з малим бізнесом, в розмірах, достатніх для складання фінансової звітності.

Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність» встановлює правила організації та ведення бухгалтерського обліку та складання бухгалтерської звітності, а також дає можливість суб'єктам господарювання самостійно приймати рішення щодо формування облікової політики, виходячи з особливостей їх господарської діяльності. Для звітності у фінансовому відношенні основні принципи звіту носять довідковий характер.

Тому підприємствам надається право самостійно формулювати облікову політику та організовувати бухгалтерський облік.

Важлива проблема з бухгалтерським обліком малого бізнесу полягає в тому, що їх облік призначений тільки для цілей звітності, тобто підприємець не приділяє належної уваги процесу бухгалтерського обліку як своєму власному джерелу інформації. Актуальним питанням для малого бізнесу підприємницьких юридичних осіб є правильна і чітка утрюповання інформація в системі обліку для ефективного управління.

При складанні фінансової звітності керівництво підприємства повинно сформулювати облікову політику, тобто вибрати принципи, методи і облікові процедури, здатні достовірно відобразити фінансовий стан і результати діяльності підприємства і забезпечити порівнянність фінансової звітності.

Питанням організації обліку присвячені роботи таких вітчизняних вчених: Горяїнова Ю. С., Гура та ін.. А., Маляревський Ю. Д. [2; 3]. Проблеми вдосконалення бухгалтерського обліку в малому бізнесі досліджували наступні вчені: Бондарчук Н.В., Васильєва Л.М., Дмитрієва А. Ю., Павлова Г. Є., Шарапа О. М. [4; 5].

Література:

1. Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні Закон України від 16.07.1999 р. № 996–XIV [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/996-14>. 6

2. Конспект лекцій для студентів напряму підготовки 6.0330509 "Облік і аудит" / укл. Ю. Д. Маляревський, Ю. С. Горяїнова. – Х. : ВД "ІНЖЕК", 2008. – 200 с.

3. Гура І. О. Облік видів економічної діяльності : навч. посібн. / І. О. Гура.

– К. : Знання, 2004. – 541 с.

4. Васильєва Л. М. Основи організації обліку на малих підприємствах [Електронний ресурс] / Васильєва Л. М., Бондарчук Н. В., Павлова Г. Є. // Інноваційна економіка. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/inek/2010_5/108.pdf.

5. Шарапа О. М. Спрощений облік на малих підприємствах: переваги та недоліки / Шарапа О. М. // Збірник наукових праць ЧДТУ. – 2009. – № 21. – С. 143–147.

РАСШИРЕНИЕ НАЛОГОВОЙ БАЗЫ ПО НАЛОГУ НА ИМУЩЕСТВО В АЗЕРБАЙДЖАНЕ

*Мамедли Вюгар Ахмед оглы, доктор философии по экономике
Мингячевирский Государственный университет, Азербайджан*

Налог на имущество является составной частью налоговой системы Азербайджанской Республики. Налог на имущество, являющийся прямым налогом, взимался в Азербайджане под разными названиями с восьмого века. Взимаемые в то время хумс (налоги на имущество) и налоги закят (взимаемые с имущества богатых мусульман в пользу бедных) фактически совпадают с сущностью налога на имущество. Налоги на имущество применяются примерно в 130 странах мира. В мировой практике плательщиками налога на имущество являются физические и юридические лица, являющиеся собственниками имущества. В частности, налоговая база по налогу на имущество в странах Запада отличается от налоговой базы, применяемой в странах СНГ [1].

Физические лица платят налог на имущество в местный бюджет, и муниципалитеты часто сталкиваются с трудностями при сборе этого налога. Так, до изменения от 20.06.2014 г. физические лица уплачивали налог на имущество по ставке 0,1% от инвентаризационной стоимости недвижимого имущества. Из-за неизвестной инвентаризационной стоимости недвижимости собирать этот налог было сложно. Поскольку часть недвижимого имущества, принадлежащего физическим лицам, не имела инвентаризационной стоимости, облагать налогом это имущество было невозможно. Около 90% недвижимости, особенно в сельской местности, не имеет инвентаризационной стоимости. Согласно поправке, физические лица уже платят налоги на имущество в зависимости от размера строительства. Этот метод налогообложения имущества физических лиц используется в практике ряда стран мира. Например, этот метод используется в Польше, Чехии и Финляндии. В западных странах, таких как Италия и Бельгия, транспортный налог является местным налогом. В Италии этот налог взимается с каждого физического и юридического лица, владеющего транспортным средством.

Налоговая база налога на имущество остается стабильной и неизменной. Эта особенность выгодно отличает налог на имущество от других налогов. Налог на имущество считается статическим налогом. При этом он мало меняется в течение налогового периода. Имущество собственников

оплачивается вне зависимости от финансового положения. В некоторых странах, в том числе в Соединенном Королевстве, налоги на имущество взимаются с владельцев или пользователей. Расчет налога на имущество по строениям, находящимся в частной собственности физических лиц, создает определенное противоречие в налоговом законодательстве. Так, лица, не имеющие Свидетельства о частной собственности, иногда отказываются платить налог на имущество. Муниципалитеты сталкиваются с нехваткой информации в области сбора налога на имущество [2].

Объектом налогообложения являются здания, находящиеся в частной собственности физических лиц-резидентов и нерезидентов, основные средства, находящиеся на балансе индивидуальных предпринимателей и предприятий. Если здание находится на территории Азербайджанской Республики, оно облагается налогом на имущество. По Налоговому кодексу такие строения называются зданиями. Наряду со зданиями, водные и воздушные транспортные средства, принадлежащие физическим лицам-резидентам, облагаются налогом на имущество. Такие транспортные средства облагаются налогом независимо от использования [3].

Ставки применяются в абсолютных величинах за квадратный метр площади зданий, находящихся в частной собственности физических лиц. В зависимости от социального положения населения применяются льготы по налогу на имущество. Льготы по налогу на имущество охватывают более широкий сегмент населения. Определение налоговой базы в Азербайджане по размеру земельной собственности привело к увеличению собираемости налога на недвижимость в некоторых муниципалитетах. Изменение налоговой базы, то есть введение нового механизма, создало условия для налогообложения нежилых помещений. О последней поправки налог на имущество не взимался с движимого имущества, используемого индивидуальными предпринимателями. В рамках исследования нами было предложено вовлечение движимого имущества, используемого в хозяйственных целях, в налог на имущество по единой ставке. Налог на имущество уже рассчитывается по ставке 1% от среднегодовой остаточной стоимости недвижимости индивидуальных предпринимателей (4).

Налог на недвижимость носит фискальный характер, он также является санитарным. Иными словами, предприятия и индивидуальные предприниматели должны обеспечивать интенсивность использования основных средств, так как уплачивают налог на имущество по ставке 1% от среднегодовой остаточной стоимости основных средств, не допускают простоя. Надо учитывать, что по мировому опыту в странах со стабильной экономикой расширяется налоговая база по налогам на имущество. При формировании устойчивой экономики, согласно теории соотношения прямых и косвенных налогов, повышаются ставки налогов на богатство, имущество и доходы или применяются прогрессивные налоговые ставки. При этом в целях защиты устойчивой и конкурентоспособной экономики к субъектам хозяйствования применяются достаточные налоговые льготы по налогам на имущество. В результате устойчивой и конкурентоспособной экономики в нашей стране

увеличились объекты и база налогообложения налога на имущество. Наряду с предприятиями основные средства индивидуальных предпринимателей облагаются налогом по ставке 1% исходя из среднегодовой остаточной стоимости. В то же время стоимость транспортных средств, используемых в коммерческих целях, также облагается налогом на имущество.

Литература:

1. Мусаев А.Ф. «Налоговая культура». Баку: -2010. -стр.343.
2. Мусаев А.Ф.; «Налоги и налогообложение», Баку-2010, Учебник, стр.370.
3. Налоговый кодекс Азербайджанской Республики.
4. Мамедли В.А. «Улучшение финансового обеспечения местного самоуправления путем совершенствования налога на имущество физических лиц», Налоговый журнал, Баку, 2016-3 (129), стр. 131-142.

ОСНОВНІ НАПРЯМКИ ПОКРАЩЕННЯ ЯКОСТІ АУДИТУ

Мошківський В.

*Науковий керівник: Хорошилова І.О., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Аудиторські послуги підпорядковані суворому державному контролю, що значно впливає не тільки на функціонування і розвиток аудиту в цілому, але і на аудиторські організації зокрема. Діяльність аудиторських організацій, її особливості та результати, а також якість аудиторських послуг регулюються законодавством України. Однак говорячи про аудиторські послуги, як про комплекс заходів і засобів контролю, спрямованих на задоволення потреб клієнтів, слід виділяти не тільки правові аспекти контролю якості послуг, але і ринкові інструменти. Говорячи про якість послуг і про контроль якості, перш за все, слід почати з визначення основного поняття «якості». По відношенню до продукції або послуг дане поняття застосовується як оцінка стану продукції (товару, виконаних робіт або наданих послуг) - якісне або неякісне.

Основний продукт аудиторської діяльності - послуга, відповідно більшою мірою інтерес викликає поняття «управління якістю послуг», чим більш широкий термін «якість». Аудиторська послуга має на увазі під собою нематеріальний результат праці, що відбувається за рахунок взаємодії постачальника і замовника. Основним продуктом аудиторських послуг є документальне підтвердження достовірності фінансової (бухгалтерської) звітності. Що стосується супутніх та інших послуг, то результатом аудиторської діяльності виступає надання консультацій і розробка заходів щодо ефективного управління фінансово-господарської діяльності підприємства. Якість і результативність аудиторського продукту неможливо оцінити до або в момент надання послуги, тільки після проведення всіх аудиторських процедур. Тому, контроль роботи аудиторських організацій є найважливішим елементом

діяльності, основна функція якого полягає в забезпечення якості послуг. Контроль якості для аудиторської діяльності являє собою перевірку учасників аудиторського ринку, що включає систему методик і процедур, що дозволяють виявити помилки і проблеми, а також підтвердити сумлінність аудиторських організацій і індивідуальних підприємців й дотримання ними правових норм законодавства.

Існує два основних види контролю якості аудиторських послуг: зовнішній і внутрішній. Для поліпшення показників зовнішнього контролю аудиторських послуг потрібно законодавче регулювання, а саме розробка вимог для моніторингу недобросовісних аудиторських підприємств і підвищення адміністративної відповідальності для керівників і власників аудиторських фірм.

З точки зору державних стандартів аудиторської діяльності, якість аудиторських послуг визначається як обов'язкове виконання вимог і рекомендацій аудиторських стандартів і як чітке дотримання аудиторськими організаціями законодавчих норм України. Стандартизацію аудиторської діяльності можна охарактеризувати як важливий елемент нормативно-методичного забезпечення системи якості аудиторських послуг, де сформована головна мета аудиту, визначена організаційно-технічна платформа аудиторських послуг. Стандартизація аудиторських послуг включає в себе: правове забезпечення аудиту; державний нагляд і регулювання аудиторської діяльності; стимулювання підвищення якісних характеристик послуг; організація матеріальної бази і технічної оснащеності, інформаційного забезпечення аудиторського підприємства; вимоги до якості послуг; основу для підготовки і навчання персоналу.

Внутрішній контроль якості важливий для аудиторських організацій не менш, ніж зовнішній. Різниця між ними полягає в тому, що у аудиторської організації при внутрішньому контролі відсутня відповідальність перед третьою особою, тобто більшою мірою це право, ніж зобов'язання. Внутрішній контроль спрямований не тільки на виявлення помилок і похибок обліку, виявлення слабких сторін, а й на підвищення якості діяльності організації, зокрема аудиторського підприємства.

Розробкою внутрішніх стандартів займаються в основному великі фірми, так як це вимагає по-перше окремого фінансування, по-друге необхідних фахівців з рівнем кваліфікації і досвіду достатніх для даної роботи, по-третє наявність виділених робочих місць або можливість суміщення.

Підводячи підсумки слід зазначити, що контроль якості аудиторської діяльності це комплекс заходів, направлений на поліпшення фінансово-господарської діяльності та зниження ризиків аудиторських організацій. Визначальну роль для клієнтів при виборі аудиторської компанії грає бездоганна ділова репутація, тому тільки організації, що представляють свої послуги якісно і сумлінно можуть розраховувати на конкурентні переваги на аудиторському ринку і рентабельність продажів.

Література:

1. Долбнєва Д.В. Сучасний стан і напрями удосконалення аудиторської діяльності в умовах європейської інтеграції України та застосування міжнародних стандартів. Економіка та держава. 2018. № 2. С. 72 - 76.

2. Дулачик О.І., Кушнір А.М., Мариняк О.О. Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку аудиту в Україні. Розвиток соціально-економічних систем в геоекономічному просторі: теорія, методологія, організація обліку та оподаткування: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (11–12 травня 2017 р.). Тернопіль: ТНТУ ім. І. Пулюя. С. 81 - 82.

3. Одінцов Л.М., Титаренко А.О., Швець М.В. Система фінансового контролю і розвиток аудиторства в Україні. Вісник Кременчуцького державного політехнічного університету. 2012. № 1. С. 47.

ОСОБЛИВОСТІ ОПОДАТКУВАННЯ ЗАРОБІТНОЇ ПРАЦІ В УКРАЇНІ

Мошківський В.В.

Науковий керівник: Вербицька В.І.

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Податковий і фінансовий облік, аудит нарахування заробітної плати на підприємстві здійснюється у відповідності певному нормативно-правовому забезпеченню, яке складається з Конституції України, Кодексу законів про працю, Законів України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні», «Про оплату праці», «Про відпустки», «Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність», Податкового кодексу України, Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 26 «Виплати працівникам», а також інших постанов, наказів і інструкцій Кабінету Міністрів України щодо заробітної плати.

При кожній виплаті заробітної плати бухгалтер утримує з неї ПДФО та військовий збір, іноді проводить ще й додаткові утримання.

Утримання із заробітної плати – це ті суми, на які зменшується сума заробітної плати під час її виплати. До них відносяться: податок на доходи фізичних осіб (ПДФО); військовий збір (ВЗ); інші неподаткові утримання (аліменти, добровільні відрахування до недержавних пенсійних фондів тощо). Якщо від нарахованої зарплати (так звана зарплата «брудними») відняти ПДФО, ВЗ, а також інші утримання (якщо такі є), то отримаємо так звану зарплату «чистими» («на руки», «до видачі»).

Мінімальна заробітна плата – це законодавчо встановлений розмір заробітної плати за просту, некваліфіковану працю, нижче якого не може здійснюватися оплата за виконану працівником місячну, погодинну норму праці. З 1 січня 2022 року набрав чинності Закон України «Про Державний бюджет України на 2022 рік». Зазначеним документом встановлено мінімальну заробітну плату:

– у місячному розмірі: з 1 січня – 6500 грн, з 1 жовтня – 6700 грн;

– у погодинному розмірі: з 1 січня – 39,26 грн, з 1 жовтня – 40,46 грн.

ПДФО утримують із заробітної плати та прирівняних до неї виплат (лікарняних та дивідендів за привілейованими акціями тощо) за ставкою 18% (п. 167.1 Податкового кодексу України, ПК). Суму податку рахують за такою формулою:

$$ПДФО = ЗП \times 18\%$$

Проте, якщо працівник має право на податкову соціальну пільгу (ПСП), то формула дещо змінюється. У такому випадку із заробітної плати утримують менше ПДФО:

$$ПДФО = (ЗП - ПСП) \times 18\%$$

ПСП - це та сума, на яку зменшують базу оподаткування ПДФО при нарахуванні заробітної плати. ПСП встановлюється у розмірі, що дорівнює 50% розміру прожиткового мінімуму для працездатної особи (у розрахунку на місяць), встановленому законом на 1 січня звітного податкового року (пп. 169.1.1 ПКУ). Отже, ПСП у 2022 році становить 1240,50 грн (=2481 грн × 0,5).

Збільшення прожиткового мінімуму протягом року не впливає на ПСП. Працівник має право на ПСП тоді, коли його зарплата за місяць не перевищує суми, що дорівнює розміру місячного прожиткового мінімуму, що діє для працездатної особи на 1 січня звітного податкового року, помноженої на 1,4 та округленої до найближчих 10 грн пп. 169.4.1 ПКУ). У 2022 р. такий граничний рівень доходу становить 3470 грн. (= 2481 грн. × 1,4 = 3473,00 грн. ≈ 3470 грн.). Цю ПСП будемо називати «звичайною».

Крім «звичайної» ПСП ще є підвищені: «соціальні» - 150% ПСП, 200% ПСП; «на дітей» – ПСП × кількість дітей віком до 18 років.

Військовий збір (ВЗ) утримують із заробітної плати за ставкою 1,5 %:

$$ВЗ = ЗП \times 1,5\%$$

Щоб розрахувати суму податку, беруть суму нарахованої заробітної плати, без вирахування ПДФО або ПСП. Утримують військовий збір як із зарплати, так і з прирівняних до неї виплат.

Окрім податків, із зарплати працівника ще можуть утримуватись і певні суми на основі виконавчого листа, постанови виконавця, наказу керівника підприємства або за власною заявою працівника. Наприклад, це може бути: аліменти; відшкодування заподіяної підприємству шкоди; профспілкові внески; внески до благодійних фондів або інших громадських організацій; погашення банківського кредиту; погашення наданої підприємством позики, суди тощо; оплата послуг пошти чи банку за переказ коштів (аліментів, внесків, погашення кредиту та інше). Усі зміст, включаючи аліменти розраховуються після утримання податків – ПДФО та ВЗ. Здійснює утримання бухгалтер наприкінці місяця, а не при виплаті авансу, бо тоді відома вся сума нарахованої зарплати. Законодавство дозволяє утримувати із заробітку працівника трохи більше 20% додаткових утримань, а окремих випадках 50% (ч. 1 ст. 128 КЗпП) При утриманні аліментів на неповнолітніх дітей загальний розмір всіх утримань за кожної виплати зарплати неспроможна перевищувати 70 % (год. 3 статті 128 КЗпП).

На заробіток працівника роботодавці мають нараховувати єдиний

соціальний внесок (ЄСВ). ЄСВ – це обов'язковий платіж до системи загальнообов'язкового державного соціального страхування. ЄСВ – не належить до утримань, внесок нараховують окремо та сплачує роботодавець за власний рахунок (підприємство, ФОП). На суму "чистими" він не впливає. Однак, ЄСВ тісно пов'язаний з утриманими ПДФО та ПС, оскільки: сплачується разом з ПДФО та ПС при виплаті зарплати; з 2021 року входить до єдиного звіту з ПДФО та ЗС. Це Податковий розрахунок сум доходу (наказ Мініну від 15.12.2020 р. № 773, який набрав чинності 01.01.2021); з 2021 року разом із ПДФО та ВС може бути оплачений через єдиний рахунок у Казначействі. Тож із зарплати вираховують 19,5% податків, проте підприємство ще додатково платить 22% ЄСВ.

ІНСТИТУЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОБЛІКУ ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ В ДІЮЧІЙ СИСТЕМІ ОПОДАТКУВАННЯ

Разгоняєв Г.В., Мошківський В.В.

Науковий керівник: Ковальова Т.В, к.е.н., доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Головним інформативним показником будь-якого економічного суб'єкта вважається показник рівня його власного капіталу. Цей показник багато в чому визначає рейтинг підприємства, інформує про його фінансову самостійність, а тому представляє особливий інтерес для користувачів. Нормативно-правова база обліку власного капіталу активно формувалась протягом двох останніх десятиріч. Але навіть сьогодні вона не є досконалою, перебуває у процесі постійних змін (які інтегруються політичними, економічними, соціальними та іншими чинниками) та формується значною кількістю нормативно-правових актів. Власний капітал є основним джерелом формування господарських засобів, що спостерігається із рівняння бухгалтерського балансу: «Актив = Власний капітал + Зобов'язання». Величина власного капіталу підприємства характеризує його платоспроможність, кредитоспроможність, забезпеченість коштами для покриття власних зобов'язань. Важливим є те, що в традиційній теорії бухгалтерського обліку капітал підприємства розглядається скоріше як пасив, а не актив, що засвідчує балансове рівняння (облікова модель): активи дорівнюють сумі власного капіталу та зобов'язань. Звідси, величина власного капіталу підприємства визначається як різниця між його активами та зобов'язаннями. Саме виходячи із відміченого «залишкового» підходу, наводиться визначення власного капіталу підприємства в Національному положенні (стандарті) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»: власний капітал – це частина в активах підприємства, що залишається після вирахування його зобов'язань [1]. Відповідно до Цивільного кодексу України, для створення підприємства (юридичної особи) його учасники повинні розробити установчі документи – це, перш за все, затверджений учасниками статут або засновницький договір між учасниками, якщо інше не встановлено законом. Норми частини четвертої ст. 144 та частини третьої

ст. 155 Цивільного кодексу України встановлюють необхідність порівнювати чисті активи, вартість яких дорівнює сумі власного капіталу, та статутного капіталу підприємства. Перевищення величини статутного капіталу над величиною власного тягне за собою згідно з вказаними нормами негативні наслідки для підприємства. Ця проблема на сьогодні до кінця не вирішена і вимагає подальших досліджень [2]. Для суб'єктів господарювання показник чистих активів, під яким розуміють активи підприємства за вирахуванням зобов'язань, є індикатором, що характеризує певною мірою стабільність діяльності та стан зареєстрованого і в першу чергу статутного капіталу. Адже відповідно до п.3 ст.155 Цивільного кодексу України [2] та ст.39 Закону України «Про господарські товариства» [3] у випадку, якщо розрахована величина чистих активів за відповідний звітний період виявиться меншою за величину статутного капіталу, то об'єкт господарювання (акціонерне товариство) повинен оголосити про зміну свого статутного капіталу. Слід зауважити, що мінімальний розмір статутного капіталу встановлюється в межах 1250 мінімальних заробітних плат (з 01.01.2022 р. – 8125 тис. грн). Методологічні засади відображення та формування даних про власний капітал у звітності визначає НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» [1], Методичні рекомендації щодо визначення вартості чистих активів акціонерних товариств [4], Положення про порядок визначення вартості чистих активів інститутів спільного інвестування [5]. При організації обліку власного капіталу необхідно враховувати наступні фактори: форму власності; організаційно – правову форму господарювання; кількість засновників, а також інформацію про власний капітал, що наводиться в наказі про облікову політику. У бухгалтерському обліку первинною вартістю майна, що вноситься у якості внеску до статутного капіталу підприємства, визнається узгоджена засновниками їх справедлива вартість з урахуванням витрат, передбачених: п.9 НП(С)БО 9 «Запаси», п.8 НП(С)БО 7 «Основні засоби» [6], п.11 НП(С)БО 8 «Нематеріальні активи» [7]. Отже, розглядаючи тему обліку власного капіталу необхідно оперувати чинною нормативно-законодавчою базою. Адже кожен нормативний акт по своєму має важливе значення і регулює певну частину обліку власного капіталу.

Література:

1. Загальні вимоги до фінансової звітності: Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 від 07.02.2013 № 73. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13> (дата звернення 02.03.2022).
2. Цивільний Кодекс України: Закон від 16.01.2003 № 435-IV . URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/435-15> (дата звернення 05.03.2022).
3. Про господарські товариства: Закон від 19.09.1991 № 1576-XII. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1576-12> (дата звернення 02.03.2022).
4. Щодо визначення вартості чистих активів акціонерних товариств: Методичні рекомендації від 17.11.2004 № 48526.03.2004 № 1858. URL: <http://www.zakon-inormativ.info>

//component/lica/?base=1&menu=336569&u=1&type1&viewtext &
option=com_lica&month=5&year=2010 (дата звернення 02.03.2022).

5. Про порядок визначення вартості чистих активів інститутів спільного інвестування (пайових та корпоративних інвестиційних фондів): Положення від 02.07.2002 № 201. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0606-02> (дата звернення 07.03.2022).

6. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби»: Наказ МФУ від 27.04.2000 N 92. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0288-00#Text>. (дата звернення 03.03.2022).

7. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 8 «Нематеріальні активи»: Наказ МФУ від 18.10.1999 № 242. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0750-99#Text> (дата звернення 03.03.2022).

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ

Селезньова О.В.

*Науковий керівник: Кравченко О.В., к.е.н., доцент
Сумський державний університет*

Основні засоби, є основою господарської діяльності підприємства, одним із ключових елементів процесу виробництва продукції, а отже, одним із найважливіших об'єктів обліку і звітності, що характеризує загальний майновий стан підприємства, його економічний потенціал та інвестиційну привабливість. Раціональність та ефективність їх використання впливають на фінансові результати підприємства, та його здатність забезпечувати блага суспільства. У бухгалтерському обліку підприємства засоби праці виділено в окремий об'єкт обліку.

Рівень забезпеченості підприємства конкурентоспроможними сучасними засобами праці, а також подальший процес їх відтворення, оновлення перебуває в залежності від їх точного та раціонального обліку. Можливість побудови системи організації обліку передбачає отримання своєчасної, надійної та повної інформації, яка дозволяє приймати рішення щодо управління майном на підприємстві. Проте, інформація стосовно основних засобів не завжди відповідає таким вимогам. Недосконалість нормативної бази, її численні зміни не сприяють формуванню такої інформації про основні засоби, призводять до її неоднозначного тлумачення.

Вагомий внесок у дослідження теоретичних та методичних аспектів організації обліку і аудиту основних засобів зробили такі відомі вчені: Бутинець Ф.Ф., Власюк Г.В, Голов С.Ф., Огійчук Н.Ф., Сопко В.В., В.Г. Швець тощо. Проте, деякі питання мають дискусійний характер і потребують подальших досліджень.

Ефективна організація обліку ґрунтується на нормативноправових актах держави та вміло сформованої облікової політики, яка затверджується Наказом по підприємству. Облікова політика розробляється індивідуально кожним

підприємством і повинна забезпечувати надійність та достовірність їх фінансової інформаційної системи.

Стосовно визначення об'єктів та елементів облікової політики з обліку основних засобів, то в науковій літературі не існує одностайної думки щодо цього. На нашу думку, серед них можна виділити обов'язкові та необов'язкові, тобто такі, що підлягають розкриттю у фінансовій звітності та не підлягають розкриттю. Беручи до уваги проведені дослідження наукових публікацій щодо визначення елементів облікової політики в частині основних засобів, вони дозволили встановити перелік обов'язкових елементів. Основні складові включають:

- облікова одиниця бухгалтерського обліку;
- визнання об'єктів основних засобів активом;
- мінімальна вартість об'єкта;
- визначення первісної вартості;
- прийняття рішень щодо збільшення/зменшення первісної вартості;
- визначення строків корисного використання;
- визначення ліквідаційної вартості;
- застосування методів нарахування амортизації;
- порядок і умови переоцінки;
- порядок списання основних засобів;
- класифікація основних засобів для організації обліку, нарахування амортизації та їх переоцінки.

Розкриття перелічених елементів в Наказі про облікову політику підприємства, дозволить впорядкувати обліковий процес, а також надати бухгалтерському обліку достовірності, цілеспрямованості та підвищити його ефективність.

Окремою групою є проблеми складності оцінки основних засобів, які полягають у виборі вартості, за якою слід їх вимірювати [1]. Основними проблемами, що виникають в процесі оцінки за справедливою вартістю основних засобів є те, що на сьогодні відсутні методичні основи обґрунтованого визначення вихідної оцінки основних засобів; використання поняття «справедлива вартість» в П(С)БО, оскільки ринкові ціни не можна назвати справедливими, бо вони не можуть бути одночасно справедливими для двох учасників ринку – продавця і покупця; при виборі об'єктивного методу оцінки основних засобів необхідно мати на увазі, що не існує такої оцінки, яка б задовольняла вимоги всіх без винятку користувачів фінансової звітності [5].

Також проблемними є питання стосовно:

- методики обліку надходження основних засобів у системі аналітичних рахунків;
- розроблення бухгалтерської моделі економічного механізму амортизації, що сприятиме вирішенню проблем фінансового, внутрішньогосподарського обліку амортизаційних процесів та їх податкового аспекту,
- удосконалення методики обліку витрат на ремонти основних засобів

зادля підвищення ефективності управління витратами;

- документальне оформлення господарських операцій щодо руху основних засобів;
- створення ефективної системи внутрішнього контролю.

Вирішення цих питань сприятиме процесу вдосконалення організації обліку основних засобів.

Література:

1. Основні засоби: Консультації. Роз'яснення спеціалістів міністерств та відомств. Нормативна база. Первинна документація / [Авер'янова Є., Абрамцова Т., Діброва Н., Єрохін К., Журавель Н.] — Д. : Баланс-Клуб, 2019. — 223 с.

ІНВЕНТАРИЗАЦІЯ, ЯК ЕЛЕМЕНТ МЕТОДУ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ

Слісаренко О.О.

*Науковий керівник: Хорошилова І.О., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

При веденні бухгалтерського обліку будь-яка установа чи підприємство керуються Законом України "Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні" від 16 липня 1999р. № 996-ХІ [1].

Одним із елементів методу бухгалтерського обліку і контролю являється інвентаризація, за допомогою якою здійснюється перевірка стану активів і зобов'язань, а також виступає як доповнення в обов'язковому порядку до поточної документації при веденні фінансово-господарських операцій.

Багато випадків зустрічається в господарській діяльності підприємства, коли єдиним методом, при якому можна визначити наявність активів фактично та здійснити оцінку необоротних та оборотних активів являється проведення інвентаризацій.

Під інвентаризацією розуміють перевірку щодо наявності по факту об'єкту контролю та його стану, яка здійснюється за допомогою таких методів як вимірювання, спостереження, реєстрації та порівняння даних, які отримані з даними, які відображені у бухгалтерського обліку. Тобто сутністю інвентаризації являється перевірка фактичної наявності та стану об'єктів стосовно яких здійснюється така перевірка.

До основних завдань щодо проведення інвентаризації являються такі як:

- виявлення фактичної наявності у касах та на рахунках грошових коштів, матеріальних цінностей, основних засобів та інших активів, що обліковуються на підприємстві;

- встановлення нестачі чи лишку матеріальних цінностей, які в подальшому потрібно врегулювати та відобразити в обліку;

- здійснення виявлення певних товарно-матеріальних цінностей, які первісну якість свою втратили, або ж певні товарно-матеріальних цінностей

застаріли і в господарській діяльності не використовуються;

- здійснення перевірки щодо дотримання відповідних умов зберігання грошових коштів та матеріальних цінностей, а також щодо правильного експлуатації та утримання матеріальних цінностей;

- здійснення перевірки щодо реальності вартості активів, які поставлено на баланс підприємства чи установи [3].

Також інвентаризації поділяють на відомчі та позавідомчі в залежності від контролюючих органів. Тобто відомчими організаціями проводяться відомчі інвентаризації, а позавідомчими організаціями проводяться позавідомчі. На законодавчому рівні встановлено коли проведення інвентаризації потрібно здійснювати обов'язково. До таких випадків відносять

- здійснення передачі майна в оренду або продаж;
- перед тим, як складати річну бухгалтерську звітність;
- при зміні матеріально відповідальної особи;
- при виявленні фактів щодо псування майна, зловживання або розкрадання матеріальних цінностей;
- здійснення інвентаризації після стихійного лиха, пожежі чи іншої надзвичайної події;
- при здійсненні реорганізації або ліквідації підприємства чи установи [5].

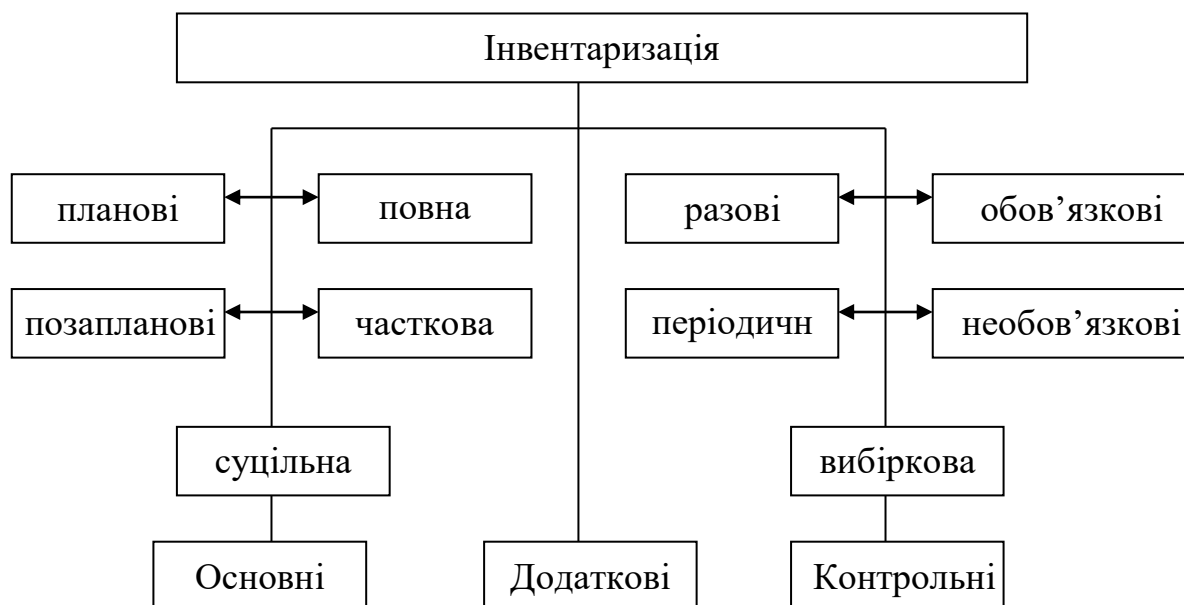


Рисунок 1 – Класифікація інвентаризацій

Можна зробити висновок, що основною метою проведення інвентаризації являється встановлення реальної картини та відповідності даних в обліку з фактичною наявністю засобів, якими користується підприємство, реальних кредиторської та дебіторської. За наслідками проведеної інвентаризації керівник підприємства видає наказ, у якому вказується прийняте рішення по виявлених розбіжностях. З фактичними уточнюються облікові дані. Якщо

матеріально-відповідальна особа з нестачею не погоджується, то докази, які нею надані, вивчаються обов'язково. Саме в такому випадку потрібно повторну інвентаризацію провести.

Література.

1. Швець В.Г. Теорія бухгалтерського обліку: Навчальний посібник. К.: Знання-Прес, 2013. 444 с.
2. Кибиткин А.И., Дрождинина А.И., Мухомедзянова Е.В., Скотаренко О.В. Учет и анализ в коммерческой организации. URL: <https://monographies.ru/ru/book/section?id=4970> (дата звернення: 26.01.2022).
3. Олійник С.О. Проблеми та напрями вдосконалення інвентаризації на підприємствах. *Науковий огляд*. 2016. Т. 6. № 27. С. 1–7.

ПОНЯТТЯ ТА ВИДИ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В УКРАЇНІ

Слісаренко О.О.

*Науковий керівник: Маліков В. В., д.н. з держ. упр., професор
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Будь-яка діяльність кожного підприємства, чи то малого, чи середнього, чи великого тримається на фінансовій звітності, а саме бухгалтерській звітності, в якій знаходиться інформація про фінансове становище підприємства, наскільки ефективно воно діяло та як оберталися грошові кошти під час відповідного звітного періоду. Інформація про фінансову звітність підприємства знаходиться у вільному доступі для кожної людини, тобто зовнішніх користувачів. Виходячи з цього, головною метою цієї звітності є надання повної, достовірної, дохідливої, зрозумілої, доречної інформації користувачам як за звітний період, так і за минулі роки. Отримана від фінансового обліку інформація служить базою для формування фінансової звітності на відміну від управлінського обліку, де інформація призначена для планування господарської діяльності, контролю за нею та прийняття рішень [1].

В основному фінансовий облік направлений на дослідження минулого та звітного періоду, охоплює все підприємства в цілому, одиниця його обліку — це гривня. Нормативно — правовою основою організації фінансового обліку на підприємствах України є закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні», а регулювання звітності проводиться на основі указів президенту, законами України, постановами Кабінету Міністрів України (КМУ) та іншими нормативно — правовими документами [2].

Порядок та терміни подання фінансової звітності затверджені постановою КМУ № 419 від 28.02.2000 року «Порядок подання фінансової звітності», а методичною вказівкою для створення таких звітів служить НП(С)БО1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», що діють як на великі та середні, так і на малі

підприємства, що ведуть звітність за П(С)БО25. Ці рекомендації використовуються підприємствами, що належать до усіх форм власності, окрім бюджетних установ, банків та організацій, що ведуть звітність за Міжнародними стандартами у відповідності до законодавства.

Порядок та терміни подання фінансової звітності затверджені постановою КМУ № 419 від 28.02.2000 року «Порядок подання фінансової звітності», а методичною вказівкою для створення таких звітів служить НП(С)БО1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», що діють як на великі та середні, так і на малі підприємства, що ведуть звітність за П(С)БО25. Ці рекомендації використовуються підприємствами, що належать до усіх форм власності, окрім бюджетних установ, банків та організацій, що ведуть звітність за Міжнародними стандартами у відповідності до законодавства[3].

Література:

1. Бруханський Р.Ф. Скирпан О.П., Бухгалтерський облік: навч. посіб. Тернопіль : ТНЕУ, 2014. 444 с.
2. Закон України «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні», прийнятий Верховною Радою України від 16.07.1999 р. №996-XIV (Редакція від 03.01.2017). URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/996-14>.
3. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», Наказ Міністерства фінансів України 07 лютого 2013 року № 73 (Редакція від 14.03.2017). URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>

ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ І ТЕХНОЛОГІЇ В ОБЛІКУ, АУДИТІ ТА ОПОДАТКУВАННІ

Соколова І. К.

*Науковий керівник: Хорошилова І.О., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

В даний час інформаційні технології та системи відіграють важливу роль в житті суспільства, в значній мірі визначаючи рівень його розвитку. Вони застосовуються в багатьох сферах діяльності людини, полегшуючи при цьому виконання різних завдань і операцій. Широке поширення інформаційні технології отримали й в сфері економіки, зокрема в системі бухгалтерського обліку. Під інформаційними технологіями слід розуміти процеси, методи пошуку, збору, зберігання, обробки, надання, поширення інформації та способи здійснення таких процесів і методів [1].

Інформаційна система – це сукупність організаційних і технічних засобів для збереження та обробки інформації з метою забезпечення інформаційних потреб користувачів. Інформаційні системи, як системи управління, тісно пов'язується, як з системами збереження та видачі інформації, а також забезпечують обмін інформацією в процесі управління. Вона охоплює сукупність засобів та методів, що дозволяють користувачу збирати, зберігати,

передавати і обробляти відібрану інформацію. Метою і завданням інформаційної системи є формування інформації, необхідної для ефективного управління всіма її ресурсами, створення інформаційного та технічного середовища для управління її діяльністю.

Застосування інформаційних технологій в бухгалтерському обліку в значній мірі підвищує його оперативність. Бухгалтер може швидко отримати потрібні результати за будь-який період часу, не вдаючись до ручних вибірок. Процес угруповання даних також відрізняється від ручних методів тим, що одна і та ж інформація використовується багато разів для складання таблиць, і це сприяє полегшенню і прискоренню процесу обліку.

Важливим моментом автоматизації бухгалтерського обліку є правильний вибір програмного продукту. Інформаційні технології постійно розвиваються, і разом з ними йде процес розвитку бухгалтерських програм, внаслідок цього на ринку існує досить велика їх кількість. В даний час немає загальноприйнятої класифікації бухгалтерських програм. У більшості випадків вони відрізняються за складом виконуваних ними функцій. Вони можуть виконувати як мінімальний, так і розширений набір операцій, що залежить від розміру підприємств, на які вони орієнтуються. Виходячи з цього, можна виділити чотири групи бухгалтерських програм: «міні-бухгалтерія», «інтегрована бухгалтерська система», «комплексна система бухгалтерського обліку», «корпоративні системи управління фінансами та бізнесом».

В даний час на ринку комп'ютерних програм є універсальні аналітичні програми і спеціальні, що використовуються в окремих галузях економіки. Серед спеціальних аналітичних програм досить відомими є ИНЕКаналітик, ИНЕК-інвестор, Project Expert, які дозволяють здійснити розробку бізнес-планів і інвестиційних проектів, а також провести оцінку їх економічної ефективності. Як альтернативу складним і дорогим продуктам пропонуємо для роботи підприємств програму «Фінансист», яка дозволить дуже швидко провести аналіз фінансового стану підприємства і зробити відповідні висновки [4]. Основною програмою, що дозволяє проводити фінансовий аналіз стану та результатів діяльності організацій є програма «Фінансист». Цей аналіз здійснюється на основі стандартної фінансової звітності: Баланс та Звіту про фінансові результати. Користувачам надається можливість розрахувати повний спектр фінансових коефіцієнтів, порівняльний аналітичний баланс, порівняльний аналітичний звіт про фінансові результати та баланс ліквідності.

Розвиток інформаційних технологій і систем здійснюється для підвищення та вдосконалення аналітичної діяльності, зменшення документообігу та обґрунтованості управлінських рішень у сфері оподаткування. З метою реалізації основних завдань та покращення якості обслуговування платників податків, працівники податкової служби створюють новітні інформаційні системи (далі – ІС) та мережі на базі сучасних інформаційних технологій.

Серед найбільш вагомих ІС можна виділити такі, як: сервіс «Електронний кабінет платника податків», інтегрована автоматизована інформаційна система «Податковий блок», автоматизована система «Єдине вікно подання електронної

звітності», сервісні центри з обслуговування платників податків, та інші [3].

Таким чином, формування інформаційних потоків про діяльність підприємства має здійснюватися з урахуванням сучасних інформаційних технологій, як інструменту, що призначений для впорядкування його діяльності як органічного цілого. Застосування інформаційних систем і технологій в обліку, аудиті та оподаткуванні значно підвищує продуктивність праці обліково-економічної служби, забезпечуючи безперервний контроль за здійсненням облікових записів.

Література:

1. Бенько М. М. Інформаційні системи і технології в бухгалтерському обліку. Київ, 2010. 336 с.
2. Глушаченко А. А. Сучасні інформаційні технології в організації бухгалтерського обліку. URL: http://sophus.at.ua/publ/2016_12_14_kampodilsk/sekcija_section_6_2016_12_14/139-1-0-2213 (дата звернення 23.01.2022 р.).
3. Лопатовський В. Г. Особливості подання звітності в електронній формі. Вісник Хмельницького національного університету. 2017. С. 133-136.

АНАЛІЗ ПРОПОЗИЦІЙ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Шрамкова Н.А.

*Науковий керівник: Ковальова Т.В, к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Облік, як складова управління підприємством, повинен забезпечити чіткий контроль за надходженням, використанням матеріальних активів, до складу яких входять і виробничі запаси. Оптимізація виробничих запасів на підприємстві забезпечить підвищення ефективності діяльності підприємства. У науковій літературі облікові аспекти запасів розглядали значна кількість вчених. Досить велика кількість науковців пропонували шляхи оптимізації облікових процесів щодо виробничих запасів. Це і удосконалення поняття «запаси»; вивчення питань оцінки, первинного та синтетичного обліку.

Ми ставимо за мету дослідити деякі точки зору науковців з метою їх узагальнення та підвищення ефективності управлінських рішень щодо шляхів удосконалення обліку виробничих запасів. С.Г. Щукіна та Т.А. Бурова запропонували для покращення обліку виробничих запасів використовувати низку документів, а саме «Зведена відомість надходження і витрачання сировини» за кожним приймальним відділенням, «Зведена відомість переробки сировини», «Відомість витрачання сировини на виробництво продукції» за кожним виробничим підрозділом для узагальнення інформації за місяць, які відповідають вимогам нормативного законодавства та враховують галузеві особливості підприємств. Окрім того, вони звернули увагу на необхідність

розподілу транспортно-заготівельних витрат пропорційно натуральним показникам. Для більшої достовірності та деталізації обліку на підприємстві запропоновано ввести рахунок 210 «Витрати на придбання виробничих запасів» і, відповідно, субрахунки. [1]. На їх думку, впровадження даних форм звітності спростить отримання інформації щодо виробничих запасів, покращить їх ефективність їх використання.

Присвятили свою роботу дослідженню методів оцінки запасів О.М.Горбачова та, І.А. Олійник [2], наголошуючи, що саме вона впливає на показники ліквідності та платоспроможності.

Ю. О.Смалій, В. І.Бенчак і Т. В.Польова дослідивши проблемні моменти обліку виробничих запасів запропонували шляхи їх вирішення наступним шляхом:

- для вирішення проблеми визначення первісної вартості, справедливої вартості та чистої вартості реалізації запасів, авторами запропоновано створення загальнодержавної бази стосовно середніх цін на ринках на розповсюджені види активів;

- впровадження обґрунтованої класифікації запасів подолає складність віднесення запасів до певної групи;

- визначено умови введення доцільної методики списання запасів для визначення достовірної оцінки виробничих запасів;

- низький рівень інформаційного забезпечення управління виробничими запасами підприємств вирішиться шляхом автоматизації робочих місць складських працівників та бухгалтерії;

- для вирішення проблеми невідповідного контролю за використанням запасів, необхідне створення взаємопов'язаних узгоджених систем бухгалтерського обліку і внутрішнього контролю цього виду ресурсів [3].

Романець В. Дуганець Н. бачуть шляхи удосконалення у спрощенні оформлення операцій, які пов'язані з оприбуткуванням та витратами матеріальних цінностей. Зокрема, відпуск матеріалів у виробництво, де це доцільно, вони пропонують оформляти на підставі встановленого ліміту безпосередньо в картках складського обліку матеріалів, передбачивши в них підпис особи, яка отримує цінності [4].

На нашу думку, вище наведену інформацію можна згрупувати використовуючи при цьому структуру напрямів удосконалення обліку виробничих запасів, яка була запропонована О. О. Одношевною. Вона зазначила таку структуру: узагальнення теоретико-методологічних основ обліку, аналізу і контролю виробничих запасів, визначення їх суті та класифікації; удосконалення методико-організаційних основ фінансового та управлінського обліку виробничих запасів, а також їх контролю; проектування системи економічного аналізу та контролю ефективності використання виробничих запасів; розробка системи автоматизації обліково-аналітичних процедур в управлінні виробничими запасами [5]. Саме така структура дасть змогу на підприємствах підвищити ефективність їх діяльності, зменшить трудомісткість облікового процесу виробничих запасів і забезпечить управлінський контроль за їх використанням.

Література:

1. Щукіна С.Г. Бурова Т.А. Шляхи вдосконалення фінансового обліку виробничих запасів на підприємствах. URL: <http://global-national.in.ua/archive/12-2016/113.pdf> (дата звернення 20.03.2022).
2. Горбачова О.М., Олійник І.А. Шляхи вдосконалення обліку запасів. URL: http://psae-jrnl.nau.in.ua/journal/1_55_2016_ukr/18.pdf (дата звернення 22.03.2022).
3. Смалій Ю. О., Бенчак В. І., Польова Т. В. Удосконалення обліку та контролю наявності та руху виробничих запасів на підприємстві. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10_2019/177.pdf (дата звернення 22.03.2022).
4. Романець В. Дуганець Н. Шляхи удосконалення обліку виробничих запасів. URL: <http://ibo.wunu.edu.ua/index.php/ibo/article/view/104/104> (дата звернення 27.03.2022).
5. Одношевна О. О. Практичні аспекти та шляхи вдосконалення обліку виробничих запасів. URL: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/6_2_2016ua/38.pdf (дата звернення 20.03.2022).

BAZAR İQTİSADİYYATI ŞƏRAİTİNDƏ MALİYYƏ FƏALİYYƏTİNİN AUDİTOR YOXLAMASININ TƏŞKİLİ

*Əliyeva Ləman Cəfərqulu qızı
Əliyeva Təranə Əsman qızı,
“Sənayenin təşkili və idarəetmə” kafedrasının baş müəllimi
Mingəçevir Dövlət Universiteti, Azərbaycan*

Bazar infrastrukturaları arasında özünəməxsus yeri olan audit biznesmenlərin mənafeyi ilə əlaqədar məsələlərin səmərəli həllinə imkan yaradan obyektiv və müstəqil nəzarət infrastrukturudur. Sahibkarlıq fəaliyyətinin bir növü olan audit yoxlamaları müəssisənin maliyyə-təsərrüfat fəaliyyətinin hüquqi normativ aktlara uyğunluğunun və mühasibat hesabatlarının düzgünlüyünün yoxlanılması ilə yanaşı, sahibkarlıq fəaliyyətinin perspektiv inkişaf istiqamətlərinə dair təkliflər irəli sürməyə də imkan verir. Bundan başqa sahibkarların vergi qanunvericiliyində edilən dəyişikliklərə riayət etməsinin düzgünlüyünü aydınlaşdırmaq üçün sahənin auditini aparmağa ehtiyac duyulur.

Auditor xidmətindən təkcə illik maliyyə-təsərrüfat fəaliyyətinə yekun vurmaq üçün deyil, həm də təsərrüfatdaxili nəzarətin, marketinqin və maliyyə-təsərrüfat fəaliyyətinin təkmilləşdirilməsi üçün zəruri olan əsaslı, dürüst məlumatların əldə edilməsi məqsədilə istifadə etmək olur.

Auditor təşkilatları tərəfindən yoxlamalar aparılarkən biznesin dəyərinin qiymətləndirilməsinə ciddi fikir verilməlidir. Bu onunla əlaqədardır ki, belə qiymətləndirilmənin nəticələri mühasibat uçotu və vergi uçotu hesabatlarında düzəlişlər etmək üçün istifadə oluna bilər. Ona görə də, qiymətləndirmə metodunun düzgün seçilməsinə fikir verilməlidir. Bu baxımdan biznes fəaliyyətinin

qiymətləndirilməsini həyata keçirən auditorların ixtisas, peşəkarlıq səviyyələrinin beynəlxalq standartlara uyğun olmalıdır.

Qiymətləndirmə metodları dedikdə, müəssisənin maliyyə-təsərrüfat fəaliyyətinə təsir edən daxili və xarici amilləri müəyyənləşdirmək, idarəetmə sistemini ətraflı təhlil etmək, idarəetmə heyətinin məsuliyyət və səlahiyyət sahəsini dəqiqləşdirmək, idarəetmə qərarlarının qəbulunun informasiya təminatı sisteminin keyfiyyətini qiymətləndirmək və s. nəzərdə tutulur. Bu metodlar seçilərkən müəssisənin maliyyə siyasətinə xüsusi diqqət yetirilməlidir. Daha doğrusu, maliyyə nəticələrinin səviyyəsi və dinamikası, müəssisənin əmlakı və maliyyə vəziyyəti, işgüzar fəallığı və səmərəliliyi, yeni maliyyə resurslarının cəlb edilməsi və onlardan istifadə siyasəti, əsas vəsaitlərə qoyulan kapital, dövriyyə vəsaitləri, maliyyə risklərinin idarə edilməsi, kassa əməliyyatlar sistemi və s. təhlil edilməlidir.

Audit yoxlamaları bazar münasibətlərinə və beynəlxalq təcrübəyə uyğun təşkili müstəsna əhəmiyyət kəsb edir. Buna müvafiq olaraq, auditor fəaliyyətini tənzimləyən normativ hüquqi bazanın yaradılması auditor xidmətinin təşkili və tənzimlənməsini həyata keçirən orqanın qarşısında qoyulan əsas vəzifələrdən biri hesab olunur. Respublikanın qanunvericilik aktlarına və beynəlxalq audit standartlarına uyğun olaraq auditor fəaliyyətini tənzimləyən normativ-hüquqi aktlar və kifayət qədər audit standartları işlənilib hazırlanmışdır. Öz peşə vəzifələrini həyata keçirərkən auditorların rəhbər tutduqları audit standartları, auditin aparılması şərtlərindən asılı olmayaraq, yoxlamaların həcmi və auditor hesabatının növlərini müəyyən edir. Audit standartları auditə dair vahid baza tələblərini formalaşdırmaq və auditin keyfiyyətinə normativ tələbləri müəyyənləşdirməklə, auditin etibarlılığına təminat verən normativ sənəddir.

Audit standartları auditorun öz peşəkarlıq fəaliyyətində riayət etməli olduğu baza prinsiplərini və üsullarını əks etdirir. Onlar auditin və onunla əlaqədar xidmətin keyfiyyətinin formalaşdırılması və qiymətləndirilməsinə, auditor fəaliyyətinin həyata keçirilməsi qaydalarına, auditorların hazırlanması qaydalarına və ixtisasının qiymətləndirilməsinə qarşı qoyulan tələbləri ehtiva edir.

Audit yoxlamaları müəssisənin kommersiya sirrini mühafizə edərək dövlətin və hüquqi şəxslərin qanuni maraqlarını qorumaqla təsərrüfat fəaliyyəti üzərində hüquqi maliyyə nəzarətini təmin edir. Bundan başqa, audit səmərəsiz təsərrüfat fəaliyyətinin və hüquq pozuntularının qarşısını alır, aitiinhisar tədbirlərinin həyata keçirilməsi üçün lazımi informasiya ilə təmin edir və müəssisənin yenidən təşkili mexanizmini formalaşdırır.

Audit yoxlamaları məcburi və təşəbbüslü olaraq həyata keçirilir. Məcburi audit yalnız auditor firmaları tərəfindən hər il müəssisənin mühasibat uçotu və maliyyə hesabatının məcburi olaraq yoxlanılmasıdır. Bu zaman təsərrüfat subyektlərinin arzu və istəkləri nəzərə alınmır, auditor fəaliyyəti haqqında qanunla müəyyən edilmiş hallarda məcburi şəkildə həyata keçirilir.

Təşəbbüslü audit yoxlamaları isə təsərrüfat subyektlərinin ilə razılaşdırılaraq aparılır. Belə yoxlama zamanı müəssisələr auditor firmalarına yoxlamanın məqsədini, həcmi və yoxlanılması zəruri olan məsələlər haqqında məlumatlar təqdim edir.

Əslində, auditor fəaliyyəti mövsümi xarakter daşıyır, daha doğrusu, təsərrüfat subyektlərinin illik fəaliyyətinin yekunu ilə əlaqədar olaraq aparılır.

Mühasibat balansının və maliyyə hesabatının etibarlılığının ekspertizası ən geniş yayılmış fəaliyyət növü hesab edilir. Ekspertizanın vəzifəsi mühasibat balansının və maliyyə nəticələri haqqında hesabatın düzgünlüyünün və reallığının təsdiq edilməsidir. Bununla yanaşı, ekspertiza uçot prosesinin təşkilində, maliyyə-təsərrüfat fəaliyyətində və mühasibat uçotunda mövcud qanunvericiliyin pozulması hallarının qarşısının alınmasına real köməklik göstərir.

Auditor yoxlamaları zamanı müəssisənin mühasibat sisteminin təşkilinin mövcud normativ sənədlərə uyğunluğu mütləq müəyyənəldirilməli və aşkara çıxarılan nöqsanlar işçi sənədlərində qeyd edilməlidir. Auditor yoxlamalarının nəticələri üzrə auditor şəhadətnamələri tərtib edilir. Bu şəhadətnamədə mühasibat uçotu sistemi ilə tanışlıq, uçot siyasətinin qiymətləndirilməsi, sənəd dövriyyəsinin aparılması və təşkili, hesablaşmalar və kredit əməliyyatlarının auditor yoxlamasının nəticələri də geniş şərh edilməlidir.

Deməli, audit bazar iqtisadiyyatının zəruri elementi kimi çıxış edir, Bu onunla əlaqədardır ki, audit yoxlamaları qərar qəbulu üçün istifadə edilən mühasibat uçotunda yol verilə bilən müəyyən səhvləri aşkar etməyə imkan verir. Bu baxımdan, auditorlar öz vəzifələrini icra edərkən ümumi normalara riayət etməklə, mühasibat uçotunun bütün istifadəçilərinin maraqlarını rəhbər tutmalı, müəssisənin mühasibat uçotu sisteminin təşkilinin mövcud normalara uyğunluğunu dəqiq müəyyənləşdirməli və aşkar etdikləri səhvləri işçi sənədlərində geniş şərh etməlidirlər.

Ədəbiyyat:

1. Abbasov İ. M. Audit. Bakı, 2007.
2. Namazova C.B. Audit. Bakı, 2012.
3. Audit. Dərs vəsaiti. Bakı, 2001.

AZƏRBAYCANDA AUDİT SAHİBKARLIQ FƏALİYYƏTİNİN XÜSUSİ BİR NÖVÜ KİMİ

*Kərimova Mehriban Allahverən qızı
Mingəçevir Dövlət Universiteti, Azərbaycan*

Bazar iqtisadiyyatı ilə əlaqədar Azərbaycan Respublikasında müstəqil auditor xidmətinin formalaşması prosesi demək olar ki, başa çatmışdır. Bu prosesin əsasını etibarlı maliyyə və uçot informasiyalarına dövlətin, müəssisə rəhbərlərinin və səhmdarların qarşılıqlı maraqları təşkil edir. İnkişaf etmiş bazar iqtisadiyyatlı ölkələrdə mülkiyyətçinin və dövlətin əmlak maraqlarının təmin edilməsi təsərrüfat subyektlərinin maliyyə fəaliyyətinə nəzarət xüsusi müstəqil təşkilat - auditor xidməti həyata keçirir. Audit iqtisadi-hüquqi nəzarətin daha yüksək pilləsi olub vəzifəsi yeni qurulmuş iqtisadi münasibətləri yararsız sahibkarlıqdan qorumaq, həm də iqtisadiyyatda hüquq pozuntularının qarşısını almaq və ictimai hüquq şüurunu daha yüksək səviyyədə formalaşdırmaqdır.

Auditin vəzifələrindən biri müəssisənin maliyyə durumu və bu maliyyənin stabilləşməsi üsulları haqqında informasiya, habelə qanuni əmlak maraqlarının qorunması üçün zəruri informasiya almaqdan ibarətdir. Auditin təşkili muhasibat

(maliyyə) hesabatının müstəqil yoxlanılmasının həyata keçirilməsi, habelə başqa auditor xidmətlərinin göstərilməsi üzrə sahibkarlıq fəaliyyətini ifadə edir. Auditor fəaliyyətinin hüquqi tənzimlənməsi qeydiyyat, lisenziyalasdırma, auditorların attestasiyası, vergitutma vasitəsilə həyata keçirilir. Hansı mülkiyyət formasında fəaliyyət göçtərməsindən asılı olmayaraq bütün təsərrüfat subyektlərində qanunvericilik aktlarının tələblərinə, qoyulan normaların yerinə yetirilməsinə nəzarətin həyata keçirilməsi, eyni zamanda maliyyə fəaliyyətində yol verilən pozuntuların aşkara çıxarılması vacib məsələdir.

Audit xidməti vasitəsilə qanun pozuntularının qarşısının alınması mümkündür, müvafiq lisenziyası olan sərbəst auditor, yaxud auditor təşkilatı kifayət qədər elmi və praktiki biliyə malik olmalıdır. Bu baxımdan auditor fəaliyyətinin təşkili və onun təkmilləşdirilməsi məsələləri böyük aktuallıq kəsb edir. Sahibkarlıq fəaliyyətinin bir növü olan audit dövlətin və biznesmenlərin mənafeyi ilə bağlı məsələlərin effektiv həllinə imkan yaradan obyektiv, qərəzsiz və müstəqil analitik-nəzarət infrastrukturudur. Ümumiyyətlə, bazar infrastrukturuları içərisində auditin özünəməxsus layiqli yeri, mövqeyi vardır. Auditor yoxlamaları müəssisənin maliyyə-təsərrüfat fəaliyyətinin hüquqi normativ aktlara uyğunluğunu, mühasibat hesabatlarının və əmlakın qiymətləndirilməsinin düzgünlüyünü müəyyən etmək, çatışmazlıqları aşkara çıxarmaq, mühasibat uçotu qurmaq, vergilərin hesablanması və bəyannamələrin hazırlanması, həmçinin sahibkarların fəaliyyətlərinin təkmilləşdirilməsinin perspektiv inkişaf istiqamətlərinə dair təklif və tövsiyələr irəli sürmək məqsədi güdür.

Bununla yanaşı son vaxtlar auditor xidmətlərinin digər növləri də inkişaf etməyə başlamışdır. Sahibkarlıq fəaliyyətinin geniş vüsət alması ilə vergi qanunvericiliyinə riayət edilməsinin düzgünlüyünü aydınlaşdırmaq üçün ayrıca bu sahənin auditini aparmağa daha çox ehtiyac duyulur. Azərbaycan Respublikasının Vergilər Məcəlləsinə edilən dəyişikliklər və əlavələr auditorların məsuliyyətini artırır və onlara vergi agentləri kimi çıxış etməyə imkan verir. Bu məqsədlə sahibkarlar və ümumiyyətlə vergi ödəyiciləri auditorlarla müqavilələr bağlayaraq onları vergi öhdəliklərinin yerinə yetirilməsinin düzgünlüyünə cavabdeh şəxs kimi cəlb edə bilərlər. Belə ki, bütün təsərrüfat subyektləri, o cümlədən holding şirkətləri auditor xidmətlərindən təkcə illik maliyyə-təsərrüfat fəaliyyətlərinə yekun vurmaq üçün deyil, eləcə də təsərrüfatdaxili nəzarətin, marketinqin və maliyyə-təsərrüfat fəaliyyətinin təkmilləşdirilməsi üçün zəruri olan əsaslı, doğru və dürüst məlumatların əldə edilməsi məqsədilə istifadə edə bilərlər. Auditor təşkilatları tərəfindən yoxlamalar aparılarkən müəssisənin (biznesin) dəyərinin qiymətləndirilməsinə ciddi fikir verilməlidir. Çünki, sahibkarlıq fəaliyyəti olan qiymətləndirmənin nəticələri mühasibat uçotu və vergi uçotu hesabatlarında düzəlişlər etmək üçün istifadə olunur. Qiymətləndirmə fəaliyyətinin nəticələrinin dürüst, dolğun olması qiymətləndirmə metodunun seçilməsindən daha çox asılıdır.

Auditorların işinə sivil formada nəzarəti gücləndirmək üçün, audit xidməti bazarında haqsız rəqabətin baş verməməsi üçün, həm sərbəst auditorların eləcə də auditor şirkətlərinin mənafehlərinin müdafiə olunmasını təmin etmək məqsədilə ölkəmizdə fəaliyyət göstərən bütün təsərrüfat subyektlərində optimal nisbətdə auditor yoxlamalarının yerli və xarici auditor təşkilatlarına həvalə edilməsi prosesi

qanunvericilik xarakteri daşıyan normativ sənədlərlə tənzimlənməsi daha yaxşı olardı. Eyni zamanda milli auditorların ixtisas, bacarıq və peşəkarlıq səviyyələrinin beynəlxalq standartlara uyğun olaraq artırılması sahəsində konkret tədbirlərin həyata keçirilməsi son dərəcə vacibdir.

Sahibkarlıq fəaliyyəti insanların arzu və istəyindən asılı olmayaraq, qabaqcadan müəyyən edilə bilməyən qeyri-müəyyənliyə əsaslanır. Sahibkarlar riski qabaqcadan görmək və daha aşağı səviyyəyə endirmək bacarığına malik olmalıdırlar. Bunun üçün düzgün qurulmuş mühasibat uçotu və hesabat sistemi vasitəsilə müəssisə və təşkilatın fəaliyyəti üzərində daimi nəzarət olmalıdır. Bununla əlaqədar olaraq büdcə vəsaitlərinin təyinatı üzrə istifadə olunmasına nəzarəti Maliyyə Nazirliyi və Hesablama Palatası həyata keçirir. Başqa qurumlarda isə bu funksiyasını daxili auditorlar və yaxud müqavilə əsasında sərbəst auditorlar aparırlar. Göründüyü kimi, bu fərman auditin respublika iqtisadiyyatında oynadığı rolu daha da artırmış və auditor xidmətinin inkişafına güclü təkan vermişdir. Ölkəmizdə beynəlxalq təcrübəyə uyğun olaraq daxili auditor peşəsinin geniş yayılması məqsədilə Azərbaycan Respublikası Auditorlar Palatasının üzvləri tərəfindən respublikamızda Beynəlxalq Daxili Auditorlar İnstitutunun (İİA) «Audit-Azərbaycan» bölməsi yaradılmışdır.

Ədəbiyyat:

1. “Audit xidməti haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu, Bakı, 1994.
2. “Daxili audit fəaliyyəti haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu, Bakı, 2007.
3. Namazova C.B. Audit. Dərslik. Bakı. 2012.
4. Рогоуленко Т.М., Пономарева С.В. Аудит. Учебник. Москва. КНОРУС, 2010.

DÖVLƏTİN FİSKAL MEXANİZMLƏRİNİN MAHİYYƏTİ VƏ İQTİSADİYYATIN TƏNZİMLƏNMƏSİNDƏ ROLU

*Məmmədova Dürdanə Müzəffər qızı
Mingəçevir Dövlət Universiteti, Azərbaycan*

Bazar münasibətlərinin inkişaf etdiyi bir şəraitdə hər bir dövlətin əsas vəzifələrindən biri iqtisadi inkişafda stabilliyi təmin etmək, istehsalın artımının davamlılığına nail olmaq, əhalinin səmərəli məşğulluğuna, qiymətlərin sabitliyinə və ümumi ölkə əhalisinin isə maddi rifah halının ilbəl vəziyyətinin yaxşılaşmasına nail olmaqdır. Təbii ki, sadalanların həyata keçirilməsi üçün dövlət özünün malik olduğu maliyyə resurslarını səfərbər etməli, onun səmərəli bölgüsünə və səmərəli istifadəsinə nail olmalı, ədələtli gəlir mənbələri formalaşdırmalıdır. Daha dəqiq desək, dövlət gəlir və xərclərində müəyyən dəyişikliklər etməklə iqtisadiyyata müəyyən təsir və tənzimləmək qabiliyyətinə malik olur ki, bu da dövlətin həyata keçirdiyi büdcə-vergi tədbirlərinin məcmusudur. Dövlət büdcəsinin gəlir hissəsinin formalaşdırılmasına, bütün təsərrüfat subyektlərinin fəaliyyətinin səmərəliliyinin artırılmasına, iqtisadi artımın, məşğulluğun vergitutmanın və pul dövriyyəsinin sabitliyinin təmin

edilməsinə yönəlmiş tədbirlər məcmusu olduğundan, bunu da iqtisadi siyasətlə daha dəqiq ifadə etsək, fiskal siyasətlə həyata keçirir. [1]

Fiskal siyasət əmtəə bazarları vasitəsilə milli iqtisadiyyata təsir göstərir. Dövlət xərclərində və vergilərdə dəyişikliklər məcmu tələbdə əks olunur və bunun vasitəsilə makroiqtisadi məqsədlərə hədəflərə təsir göstərir. Fiskal siyasətinin əsas vəzifəsi makroiqtisadi sistemin tarazlaşdırılmasıdır. Ümumiyyətlə, fiskal siyasət tam məşğulluğun qorunmasına və dinamik ümumi milli məhsul istehsalına yönəldilmişdir. İqtisadi vəziyyətdəki dəyişikliklərə reaksiya mexanizmlərindən asılı olaraq fiskal siyasət - diskrasional; avtomatik (daxili sabitləşdirmə siyasəti) olmaq üzrə iki tipə bölünür. Nəzəri yanaşmalara və qabaqcıl təcürbəyə əsaslanaraq deyə bilərik ki, fiskal siyasət qısa müddətli dövrdə maksimum dərəcədə effektiv olur. Bu fikirləri uzunmüddətli dövr üçün söyləmək çətindir. Diskrasional fiskal siyasət istehsalın real həcmi, məşğulluğu, inflyasiyanı tənzimləmək, iqtisadi artımı sürətləndirmək məqsədi ilə dövlət xərcləmələrində və vergi tətbiqində məqsədyönlü dəyişiklikdir. İzafti tələbin səbəb olduğu inflyasiya şəraitində adətən məhdudlaşdırıcı fiskal siyasət yürüdüür. Buna görə də belə bir şəraitdə dövlət xərclərini azaltmaq, vergiləri isə artıraraq hər ikisinin uyğunlaşdırılmasıdır. Nəticə isə məcmu tələb məhdudlaşır.

Dövlət diskrasional siyasət vasitəsilə dövlət büdcəsindən xərcləri və vergiləri məqsədyönlü şəkildə idarə etməyə çalışır. Bu dövlətin məqsədlərindən asılı olaraq dövlət ya stimullaşdırıcı və ya məhdudlaşdırıcı fiskal siyasət həyata keçirir. Ölkədə istehsalın aşağı düşdüyü bir dövrdə dövlət xərclərini artırmaq, vergiləri azaltmaq və ya hər ikisini birgə həyata keçirmək lazımdır ki, iqtisadiyyatı stimullaşdırıcı siyasətlə yürütmək mümkün olsun. [2]

Qısamüddətli bir dövrdə belə siyasət iqtisadi tsikli yumşaldır. Uzunmüddətli bir dövrdə isə vergi dərəcələrinin azaldılması iqtisadi artıma səbəb ola bilər. Bəzi iqtisadi ədəbiyyatda diskrasional siyasət aktiv fiskal siyasət də deyilir. Belə siyasət həm birbaşa, həm də dolaylı vasitələrdən istifadə etməklə həyata keçirilə bilər. İnflyasiyanı azaltmaq üçün məhdudlaşdırıcı maliyyə siyasətini həyata keçirirlər. Bu, dövlət xərclərini azaltmaqdan, vergiləri artırmaqdan və ya hər ikisini birlikdə həyata keçirməklə mümkün olur. Qısamüddətli dövrdə məhdudlaşdırıcı siyasət məcmu tələbi azaldır və bununla da tələb inflyasiyasının azaldılmasına kömək edir. Uzunmüddətli dövrdə isə istehsalın azalmasına və işsizliyin artmasına səbəb ola bilər. Hökumətin yürütdüyü fiskal siyasətin düzgün olub olmadığını bilmək üçün onun nəticələrini qiymətləndirmək lazımdır. Bu məqsədlər üçün əksər hallarda dövlət büdcəsinin kəsirinin və ya profisitinin artması və ya azalması ilə əsas amil kimi istifadə olunur. Bu göstəricilərə əsaslanaraq diskrasional siyasətin səmərəliliyi barədə konkret fikir söyləmək olduqca çətindir. Bu, bir tərəfdən dövlət xərcləri və vergilərdə məqsədyönlü dəyişikliklər nəticəsində faktiki büdcə kəsirləri və profisitlərin dəyişə biləcəyi, digər tərəfdən isə ümumi daxili məhsulun həcmi, gəlirlərə təsir edə bilməsi ilə əlaqədardır. Fiskal siyasətin ikinci növü isə avtomatik fiskal siyasət adlanır ki, bu da təcrübədə göstərir ki, hökumətin xərcləri, vergi daxilolmaları hökumət müvafiq qərarlar qəbul etməsə də dəyişə bilər. Belə siyasət avtomatik və ya passiv fiskal siyasət adlanır ki, bu da daxili sabitliyin mövcudluğu ilə əlaqədardır. Bildirmək zəruridir ki, fiskal siyasətin ikinci növü avtomatik və ya passiv mexaniz o,

ölkələrdə daha yaxşı işləyir ki, bazar prinsipləri oturmuş olsun. Burada bazar öz-özünü tənzimləyir və fiskal mexanizmlər bu prosesə avtomatik reaksiya verir və daxili sabitləşmə olur. [3]

Fiskal siyasətin əsas alətlərindən biri də vergilərdir. Vergilər fiziki və hüquqi şəxslərdən dövlət tərəfindən tutulan məcburi ödənişlərdir. Müasir şəraitdə vergilər fiskal, tənzimləyici, stimullaşdırıcı və bölüşdürücü olmaq üzrə dörd əsas funksiyanı yerinə yetirir. Dövlət vergi siyasətinin məqsədi vergitutma sahəsində idarəetmə qərarlarının hazırlanması və qəbul edilməsidir. Vergi siyasətinin alətləri kimi bunları göstərmək olar: vergi dərəcəsi, vergi bazası, vergi güzəştləri. Dövlətin fiskal mexanizmlərindən birin də məhz vergi olduğunu və iqtisadiyyatın tənzimlənməsində onun rolu böyük olduğu üçün vergilərlə bağlı aparılan araşdırmalar əsasında aşağıdakı nəticələrə gəlmək olar: Vergi mexanizmi dövlət tənzimlənməsinin ən təsirli və səmərəli vasitəsidir. Ölkəmizdə və eləcə də bölgələrimizdə qəbul edilən iqtisadi qərarların müvəffəqiyyət dərəcəsi vergi sisteminin uğurlu fəaliyyətindən çox asılıdır. Vergi sistemi ümumi iqtisadi münasibətlər sisteminin əsas tərkib hissəsidir və iqtisadi proseslərin güclü tənzimləyicisidir. Vergi sisteminin səmərəliliyi dövlətin və vergi ödəyicilərinin maraqları nəzərə alınmaqla onun bütün funksiyalarının balanslı uclaşdırılması yolu ilə əldə edilir.

Ədəbiyyat:

1. Под общей редакцией Л.П. Куракова Макроэкономика: Изд-во ИАЭП, 2017. – 336 с.
2. E.N.Kərimov, B.O.Osmanov İqtisadi nəzəriyyə Bakı-2010, s.634
3. Y.A.Kəlbəyev Fiskal siyasət və milli iqtisadiyyatın tənzimlənməsi problemləri. Bakı-2006, s. 468.

Секція 6
***Управління та адміністрування діяльності економічних
суб'єктів національної економіки***

**CHANGES IN THE WORKING CONDITIONS IN FOREIGN
MARKETS FOR HR MANAGERS**

Yaroshenko Bogdana
Supervisor: Angela Popova, Ph.D., Associate Professor
Kharkov National Automobile and Highway University

One of the frequently occurring problems when entering foreign markets is the change in the market profile of the company. In our own dynamically developing business environment, changes are not a negative phenomenon, as was previously considered a loss of enterprise stability, but, on the contrary, a natural response to changes in the market itself. That is, as one of the characters in Lewis Carroll's book says: "... in order to constantly stay in one place, we need to run very fast.", but if in the case of the market, this expression is an identification of new requirements for the profitability of the enterprise. To keep profitability at the same level, innovative solutions are required that require organizational changes. Accordingly, it is necessary to adapt the managerial resource for personnel management in relation to constant changes in managerial and operational decisions. This requires a high level of personnel development, its formation with new qualities and competencies. Preservation and strengthening of team work skills for more coordinated actions in a dynamic environment. So, in particular, the following ready-made task packages can be used for personnel development: development of professional competencies (a number of domestic and foreign companies create them for young specialists from "young specialists" without work experience), creation of a personnel reserve (is an additional incentive for potential career growth) , management of employees' professional careers; adaptation of personnel (if necessary) and other actions aimed at positive personnel shifts for personnel development.

As part of the last example or a separate solution is the optimization of the enterprise. So in this case, there is no sharp change in the profile of the company, but a number of decisions are made to stabilize the company's work by reducing costs.

Accordingly, the following activities should be implemented by personnel officers: personnel development in order to increase the cost of goods and services. Thus, by additional increase in production capacity, based on the analysis and standardization of work is the creation of systems of material and non-material motivation of personnel. Sometimes there is a need for knowledge management: an example is time management not only in production, but also in the work of office workers.

New technologies have led to the development of new industries from different tasks, for example, increasing the value of an intellectual enterprise. For these enterprises, human capital is the main factor that forms the long-term goals of the

company's development, its capitalization, and, accordingly, the growth in the value of its shares. This also affects short-term goals, to increase the assessment of the parameters by which the company's value is analyzed, its promising development paths for the company. Accordingly, the task of managers not only from the staff is to increase the human potential of the organization, to create comfortable conditions for the disclosure of all the capabilities and professional competence of the employee.

So, in general, summing up all of the above, it is possible to form a single principle for the work of the personnel service for many tasks:

1) development of the contribution of employees (and / or employees), their skills in achieving established goals;

2) the allocation of leaders (explicit and hidden) as catalysts for changes that should occur in teams;

3) a partnership approach in developing the organization's strategy, the formation of strategic goals and operational developments according to established plans;

4) a systematic approach to the development of work efficiency, cost reduction, optimization of production activities.

Personnel, which, as you know, decide everything, are formed thanks to HR specialists and managers in international markets, and these results can significantly affect the efficiency of work on established strategic vectors for the development of an enterprise, especially in high-tech industries, where the influence of human capital is gaining momentum. The identified principles do not limit the work of the HR department, but help to identify new vectors of development.

ОСНОВНІ НАПРЯМКИ ПОЛІПШЕННЯ ФІНАНСОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

Бук О.В.

*Науковий керівник: Бочарова Н.А., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній
університет*

Дослідженню поняття фінансової політики закордонні та вітчизняні вчені завжди приділяли багато уваги, але зокрема зосереджувались на змісті поняття фінансової політики держави.

Такі дослідники, як Василик О.Д. [1], Опарін В.М. [2], Ковалюк О.М. [3]. Бланк А.І. [4], Осовська Г.В. [5] та Панасенко О.В. [6] розглядають поняття на рівні окремого підприємства. Це визначення повинне мати звужене поняття та більше відповідати цілям діяльності окремого підприємства.

Базуючись на дослідженні зазначених точок зору, можливо запропонувати наступне визначення: фінансова політика підприємства – це сукупність заходів щодо організації та використання фінансових відносин підприємства зі стейкхолдерами на внутрішньому та зовнішньому рівні, що направлена на реалізацію загальної фінансової стратегії підприємства з метою забезпечення його економічного й соціального розвитку. Ефективність

функціонування фінансового механізму підприємства залежить від ступеня налагодження роботи всіх його складових [7, с. 38].

Для цього потрібно базувати роботу механізму на інформаційному, нормативному, правовому, кадровому та ресурсному забезпеченні.

Інформаційне забезпечення включає застосування усіх можливих джерел інформації. Чим більше джерел досліджується та аналізується, тим більшому ступеню об'єктивності властива інформація, і тим точніше будуть отримані результати, що прогнозуються.

Нормативне забезпечення повинне базуватися на науково обґрунтованій методиці та на основі ринкових відносин. Якщо застосовувати необґрунтовані або не взаємопов'язані норми і нормативи, то можливо порушити роботу фінансового механізму підприємства.

Застосування правового забезпечення необхідне для утримання всіх законодавчих норм та правових актів, що призведе до усунення негативних наслідків роботи підприємства у вигляді штрафних санкцій державних органів та позовів.

Кадрове забезпечення покликане створити на підприємстві колектив, що володіє достатніми освітніми та кваліфікаційними навичками, досвідом роботи й здатного для навчання та розвитку, які необхідні для удосконалення роботи фінансового механізму підприємства.

Під ресурсним забезпеченням розуміються фінансові, матеріальні та інші ресурси, необхідні для налагодження та забезпечення функціонування фінансово механізму та підприємства в цілому.

Важливими елементами фінансового механізму є фінансові методи та важелі їхнього застосування на підприємстві [8]. У процесі фінансового планування й прогнозування визначаються фінансові плани та прогнози. Фінансовий облік та аналіз необхідні для своєчасного корегування планів та нормативів, визначення відхилень, їхніх причин, наслідків та можливостей усунення. Фінансове стимулювання базується на застосуванні стимулів (різного виду пільги), які матеріалізують заохочення.

Фінансовий контроль може використовувати санкції (в їх ролі можуть виступати штрафи та пені), що призводять до покарання. Фінансове регулювання полягає у застосуванні інвестування, кредитування, фінансування, ціноутворення, оподаткування, господарського розрахунку, фондоутворення, страхування та дисконтування.

Література:

1. Василик О.Д. Теорія фінансів. К.: НІОС, 2003. 416 с.
2. Опарін В.М. Фінанси. К.: КНЕУ, 2005. 240 с.
3. Ковалюк О.М. Методологічні основи фінансового механізму. *Фінанси України*, 2003. № 4. С. 51-59.
4. Бланк І.О. Фінансовий менеджмент. К.: Ельга, 2008. 724 с.
5. Осовська Г.В., Осовській О.А. Менеджмент організацій. К.: Кондор, 2005. 860 с.

6. Панасенко О.В. Вдосконалення фінансового планування на підприємстві з використанням економіко-математичних моделей. *Актуальні проблеми економіки*, 2008. № 7 (85). С. 219- 228.
7. Волков О.М. Экономика предприятия. М.: ИНФРА-М, 2003. 280 с.
8. Бочарова Н.А. Формування фінансового механізму автотранспортного підприємства. Матеріали за VII міжнародна научна практична конференція «Новината за напреднали наука – 2011». У трьох томах. Т.3. Економіки. София: «Бял ГРАД-БГ» ООД. 2011. С. 37-40.
9. Ботвіна Н.О. Механізм формування й реалізації фінансової політики в умовах кризових деформацій економічного простору. *Облік і фінанси АПК*, 2011. № 1. С. 140-146.

МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ У СВІТЛІ ТЕОРІЇ ПОКОЛІНЬ

Волкова С.О.

Науковий керівник: Величко Я.І., асистент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Перед роботодавцями завжди стоїть питання про те, як краще мотивувати персонал із мінімальними витратами. Маючи знання в галузі теорії поколінь Н. Хоува та В. Штрауса можна не тільки правильно вибудувати систему мотивації, але й побудувати робочі відносини гармонійно, оскільки людина знатиме про психологічні, емоційні особливості кожного співробітника. Головна ідея теорії у тому, що все населення планети умовно поділено кілька поколінь, тобто згруповано за віковою ознакою [1]. На сьогодні виділяють 6 поколінь [2]: покоління GI (1900-1923 р.н.), мовчазне покоління (1923-1943 р.н.), покоління Бебі-Бумерів (1943-1963 р.н.), покоління X (1963-1983 р.н.), Y (1983-2000 р.н.) та Z (з 2000 р.н.). На думку вчених, періодичність появи нового покоління становить 20-25 рр.

Цінності всіх поколінь формуються у віці до 10-12 років, під впливом різних подій: суспільних, політичних (стосунки держави з іншими країнами), економічних (криза), соціальних, технологічних (нові технології, розвиток науки) та виховання в сім'ї (що добре і погано, що можна робити і що не можна, у яких умовах зростає дитина).

У світовій статистиці прийнято рахувати працездатне населення у віці від 15 до 64 років [3]. Звідси випливає, що на даний момент найбільш цікавими для роботодавців є трудові відносини між трьома поколіннями: X, Y та Z, бо деякі представники останнього вже почали свою трудову кар'єру.

Розглянемо докладніше події, що вплинули на формування цінностей кожного із працездатних поколінь та можливі способи їхньої мотивації [2-3].

На формування цінностей покоління X вплинуло: початок епохи «застою» - падіння рівня продуктивності праці, загального рівня життя, відставання у науці та розвитку технологій; зростання числа фахівців із вищою освітою, проте розуміння його необхідності, престижності падало; існування товарного дефіциту викликало побоювання та страх; виникнення боротьби з

інакомисленням, контролю над цензурою з боку влади.

Для цього покоління важлива роль достатку, впевненість у завтрашньому дні, знання точної дати відпустки, щоб можна було все розпланувати. Тому, пропонуючи роботу такій людині, необхідно гарантувати повний соціальний пакет, надання пільг та стабільний рівень заробітної плати. Вони звикли починати з низів, піднімаючись кар'єрними сходами поступово, тому це цілеспрямовані співробітники. Для покоління характерне збільшення частки жінок серед професіоналів, тобто повністю змінилося уявлення про роль прекрасної статі в суспільстві. Вони командні гравці. Тобто, якщо команду залишить хоч один гравець, то зламається система. Роль статусу їм важлива, але не так сильно. З'являється потреба у просторі та важливо, яке саме воно. Вони не так жорстко контролюють своїх підлеглих, як їхні батьки, це результат, з одного боку, виховання, з іншого боку, вони мають власну думку і уявлення. При цьому виникає необхідність пояснення їм мети, тобто найбільш розгорнутого варіанта постановки завдань. Для «Х» важливі міжособистісні стосунки, налагодження контактів із колегами та партнерами.

На формування цінностей покоління Y вплинули такі події: по-перше, процес перебудови, прискорення, падіння залізної завіси до кінця 1980-х років, з'являється можливість виїзду за кордон, розширення світогляду, поглядів; по-друге, такі явища, як картки у 1988-1991 рр., розпад СРСР, руйнування поглядів поколінь та економічна криза. Крім того, ще однією важливою особливістю стала поява Інтернету, що дуже вплинуло на організацію робіт.

Для покоління Y важливим є наставник, який зможе виконувати цю роль і з яким можна підтримувати не тільки робочі відносини, а й особисті. Вони орієнтовані на результат. Перш, ніж виконати завдання або доручення, поставлять багато запитань: як це можливо, навіщо, що ще потрібно знати, тому важливо ставити цілі за технологією SMART та налагодити зворотній зв'язок. Вони не готові працювати на перспективу. Їм потрібен результат та залученість. Вони хочуть отримувати задоволення від своєї діяльності.

На формування цінностей покоління Z вплинули: світова економічна криза, множинні теракти, воєнні дії у багатьох країнах світу; розвиток науки, нові технології. Це перше покоління, яке не росло в епоху Інтернету, а народилося. Смартфони, планшетні комп'ютери, ноутбуки – це як невід'ємна частина тіла для них. Причому в Інтернеті вони не лише спілкуються, а й навчаються, знаходять хобі, формують свій персональний образ, працюють. У зв'язку з цим не можна позбавляти їх можливості користуватися Інтернетом та гаджетами - це найстрашніша демотивація. Покоління Z не може концентруватися довго на будь-якій задачі, тому, щоб привернути увагу, потрібно вигадувати щось яскраве, цікаве, що впадає у вічі. Організація роботи цього покоління передбачає візуалізацію всіх матеріалів для кращого сприйняття, збільшення швидкості роботи та широке використання соціальних мереж.

Таким чином, кожен співробітник вимагає індивідуального підходу. Роботодавцям варто не забувати про системний, цілісний підхід, конкретні умови і конкретний колектив для того, щоб розробити відповідну систему

мотивації трудової діяльності.

Література:

1. Strauss W., Howe N. Generations: the history of America's future, 1584 to 2069. Harper Perennial, 1991. 538 p.
2. Соколовська В. В., Іванченко Г. В. Мотивація співробітників на основі теорії поколінь: теоретичний підхід. *Економіка та держава*. 2018. № 10. С. 58–62.
3. Агафонова М.С., Бочарникова Ю.А. Совершенствование мотивации к труду как условие эффективной деятельности предприятия. *Научно-методический журнал Концепт*. 2016. Т. 2. С. 416-420.

ТОКЕНИЗАЦІЯ ЯК ЗАСІБ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗПЕКИ ВИХІДНИХ ДАНИХ СИСТЕМИ ПЛАТЕЖІВ

Гаврилюк М.Р., Якімова В.С.

Науковий керівник: Вербицька В.І.

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Процес прийому і процесингу онлайн платежів залишається однією з найбільш пріоритетних завдань, що стоять перед власниками підприємств електронної комерції. За статистикою, 75% покупців переривають процес оплати, не дочекавшись його завершення. Основна причина - надто довга і виснажлива процедура здійснення платежу. Отже, спрощення такої процедури здатне істотно підвищити конверсію на сайті і збільшити рентабельність бізнесу.

В рамках здійснення та впровадження необхідних заходів європейський провайдер платіжних послуг eComCharge запропонував у bePaid та beGateway введення набору опцій, що дозволяють забезпечити максимально зручну, швидку і безпечну процедуру оплати. Перш за все, це означає позбавлення клієнтів, що звертаються не вперше, від необхідності повторного введення даних, надавши натомість можливість оплати в один клік, проведення регулярних платежів і здійснення підписок. З іншого боку, для компаній, що взаємодіють з фрілансерами, на ринку Forex або в ігровій індустрії, або в організації лотереї та розіграшів, з'явилась реальна можливість проводити зворотні виплати здійснення транзакції, оскільки немає необхідності вводити дані власника картки або CVC.

Всі перераховані функції доступні завдяки механізму токенизації даних. В основі процесу токенизації лежить заміна вразливою платіжної інформації (в даному випадку - інформації про кредитну картку) на унікальний ідентифікатор – токен, який не може бути математично відтвореним і абсолютно непридатний для випадків шахрайства.

Слід зазначити, що спочатку токенизація призначалася лише для захисту даних, але час показав, що вона також є цінним маркетинговим ресурсом. Токенизація позбавляє інтернет мерчантів від необхідності передавати важливу

банківську інформацію і зберігати її на своєму боці, разом з тим істотно спрощуючи проведення повторних платежів.

Серед інших бонусів токенизації, успішно використовуваних багатьма підприємствами електронної комерції, - отримання інформації про користувача при реєстрації і / або вході в аккаунт, а також проста організація програм клієнтської лояльності. І, що важливо, використання токенизації дозволяє компанії уникнути трудомісткого процесу отримання PCI DSS сертифіката і знизити витрати на забезпечення безпеки платежів.

Таким чином, токенизація є однією з ключових переваг розроблених інноваційних платіжних рішень beGateway (платіжний шлюз для інтернет-еквайрингу) і bePaid (прийом мультивалютних карткових платежів).

МОТИВАЦІЙНИЙ МОНІТОРИНГ ПРАЦІВНИКІВ АВТОТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Герасименко Д.В.

Науковий керівник: Криворучко О.М., д.е.н., проф.

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Результативність функціонування будь-якого підприємства залежить від зацікавленості його працівників у досягненні поставленої мети. Для її забезпечення фахівці повинні виробляти управлінські впливи, спрямовані на реалізацію потенційних можливостей та здібностей працівників; використовувати такі методи та форми стимулювання, які б дозволили скоординувати зусилля кожного працівника на виконання завдань, що стоять перед підприємством. Ефективність і дієвість прийнятих рішень багато в чому залежить від наявності повної та достовірної інформації про потреби, інтереси, мотиви у сфері праці, мотиваційний потенціал працівників та ступінь їх схильності до різних стимулів. Отримання таких даних можливе при створенні на підприємстві мотиваційного моніторингу. Під останнім розуміється «систему постійного спостереження і контролю стану мотивації трудової діяльності [1, с. 110; 2, с. 65]».

Нині система мотиваційного моніторингу для підприємства розроблено недостатньо. В окремих випадках є інформація про характер мотивів надходження на роботу або причини звільнення. Виявлення мотивів діяльності людей та визначення цільової їх орієнтації у поєднанні із засобами задоволення існуючих та виникаючих потреб проводиться з метою наукових, соціологічних та інших досліджень. Застосування у своїй різних класифікацій мотивів і методів проведення досліджень дає досить широкий спектр результатів. Тому використання отриманих знань про стан мотивів у практичній діяльності менеджерів важко. Крім того, недостатньо розроблені методи та способи обробки інформації та подальшого її розвитку.

Створення та дію системи моніторингу мотивації на підприємстві пропонується в кілька етапів:

- виявлення значимості мотивів діяльності працівників;

- встановлення типології мотиваційної спрямованості працівників;
- вивчення факторів, що впливають на формування мотивів діяльності працівників;
- визначення мотиваційної сили працівників і ступеня їх схильності до різних методів стимулювання.

Для встановлення значимості мотивів діяльності працівників АТП за основу прийнято класифікацію залежно від рівнів задоволення потреб (нижчий, вищий) та шляхів їх усунення (робота задля забезпечення життя, прагнення до безпеки, до прийнятної роботи, до поваги та визнання, орієнтація на престиж). З огляду на те, що зацікавленість працівників багато в чому пояснюється умовами роботи на підприємстві, у першій групі мотивів слід виділити участь в акціонерному капіталі, оплату транспортних витрат, у другій – можливість підвищення освітнього рівня. Вивчення мотиваційної спрямованості на задоволення певних потреб дозволяє згрупувати три її типи: I - працівники, для яких значущі мотиви нижчого рівня; II - робітники, переважно орієнтовані на задоволення потреб вищого рівня; III - працівники з паралельним розвитком мотивів нижчого і вищого рівня.

На формування мотивів праці та типології працівників впливають різні фактори: що характеризують підприємство (форма власності, складові трудового договору, види діяльності тощо); що характеризують індивіда (стаття, освіта, посада, загальний стаж, стаж за спеціальністю тощо). Ступінь їх впливу пояснює відмінність у мотиваційній силі працівників та дієвості застосовуваних стимулів.

Вимірювання сили мотивації виробляється з урахуванням теорії «очікування - валентність» як добуток значимості кожного мотиву і його задоволення. Якщо мотиваційна сила менша за максимально можливу (при повному досягненні трудових цілей працівника) на 30% - система стимулів відповідає мотивам і є дієвою; на 30- 60% - стимули над повною мірою задовольняють мотиви, потрібні подальші дослідження моніторингу мотивації і перегляд застосовуваних стимулів; більш ніж 60% - стимули повністю не відповідають мотивам, необхідні координальні заходи щодо розробки нової системи стимулювання.

Література:

1. Богиня Д.П., Семикіна М.В. Трудовий менталітет у системі мотивації праці. Кіровоград : «Поліграф-Терція», 2002. 226 с.
2. Колот А.М. Мотивація персоналу: підручник. К. : КНЕУ, 2002. 337 с.

ВИКОРИСТАННЯ РЕСУРСНО-ФУНКЦІОНАЛЬНОГО ПІДХОДУ ДО ВИДІЛЕННЯ СКЛАДОВИХ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Глоба Є.О.

*Науковий керівник: Федотова І.В., д.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Необхідність постійного дотримання безпеки зумовлюється об'єктивно наявним для кожного суб'єкта господарювання завданням забезпечення стабільності функціонування та досягнення головних цілей своєї діяльності. Рівень комплексної безпеки підприємства залежить від того, наскільки ефективно його менеджери будуть спроможні уникнути можливих загроз і ліквідувати шкідливі наслідки окремих негативних складових зовнішнього і внутрішнього середовища. Оскільки під комплексною безпекою підприємства в дослідженні розуміється стан захищеності діяльності господарюючого суб'єкта та всіх видів ресурсів, що її забезпечують, то для виділення складових елементів системи комплексної безпеки підприємства доцільно використати ресурсно-функціональний підхід. В рамках цього підходу проводиться ретельне вивчення ресурсів підприємства. Комплексна безпека підприємства є системою, вона представляє собою сукупність структурних елементів, кожен із яких має власний зміст, набір критеріїв та засобів забезпечення. Розробка та реалізація комплексу заходів забезпечення належного стану цих підсистем є головною метою досягнення високого рівня комплексної безпеки підприємства. Але єдиного підходу до виділення основних складових цієї категорії немає.

В своїй роботі С. Покропивний [1, с. 536] пропонує відповідно до ресурсно-функціонального підходу виокремлювати функціональні складові безпеки, серед яких: фінансова, інтелектуальна й кадрова, техніко-технологічна, політико-правова, екологічна, інформаційна та силова. Аналогічного підходу до визначення функціональних підсистем безпеки дотримуються І. Плетнікова [2], В. Забродський і Н. Капустін [3]. Але запропонована науковцями структура неповною: не враховано важливі підсистеми безпеки, які визначають ефективність використання маркетингових інструментів та рівень надійності взаємозв'язків підприємства з контрагентами. Подібного підходу до визначення функціональних складових економічної безпеки підприємства дотримуються Ковальова Д. та Сухорукової Т. [4], але окрім зазначених структурних елементів науковці виокремлюють додатково ресурсну та соціальну підсистеми, що акцентує увагу на соціальній захищеності. Озарина О. та Андрущенко М. [5] запропонували більш детальну класифікацію складових економічної безпеки, серед яких вони виділили наступні: виробничу, техніко-технологічну, просторову, трудову, фінансову, інформаційну, інтелектуальну та екологічну. Але представлені підходи є неповними, доцільно до функціональних складових додати маркетингову безпеку, а просторову безпеку розглядати як силову. Враховуючи ресурсний підхід та комплекс функціональних складових, комплексну безпеку підприємства запропоновано розглядати як сукупність підсистем безпеки, обраних відповідно до видів

ресурсів підприємства (рис. 1).



Рисунок 1 – Сутність формування системи комплексної безпеки АТП

Безпека підприємства є комплексним багатограним поняттям і пов'язана не тільки з постійним впливом зовнішніх факторів, а і з внутрішнім станом підприємства. Вона може розглядатися як практичне втілення положень теорії ресурсної взаємозалежності, відповідно до якої у своїй діяльності підприємство має врахувати різні інтереси ринкових контрагентів.

Література:

1. Покропивний С. Ф. Економіка підприємства: підручник. Київ: КНЕУ, 2001. 526 с.
2. Плетникова И.П. Определение уровня и планирование ЭБП. *Вісник Технологічного університету Поділля*. 2000. №4. С.100-108.
3. Капустин Н. Экономическая безопасность отрасли и фирмы. *Бізнес Інформ*. 2018. № 11-12. С. 44-49.
4. Ковалёв Д., Сухорукова Т. Экономическая безопасность предприятия. *Економіка України*. 2004. № 10. С. 48–52.
5. Озарина О., Андрущенко М. Оценка составляющих экономической безопасности предприятия. *Проблемы обеспечения экономической безопасности: материалы Международной научно-практической конференции*. Донецк: РИА ДонНТУ, 2001. С. 105-108.

СКЛАДОВІ ЕЛЕМЕНТИ ЛОГІСТИЧНОЇ СТРАТЕГІЇ

Зайченко М.О.

*Науковий керівник: Водолажська Т.О., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

В останній час ключові підприємства, господарства та організації в Україні та інших країнах з метою оптимізації рівня запасів, мінімізації термінів переміщення матеріалів, забезпечення гідного рівня логістичного сервісу розробляють та впроваджують логістичну стратегію - «головний напрям та комплексну програму дій і рішень, спрямованих на управління та раціональне використання матеріальних, інформаційних та фінансових потоків відповідно до довгострокових цілей і бізнес-стратегії підприємства» [1, с. 58].

Для того, щоб побудувати дійову логістичну стратегію, насамперед потрібно дослідити та обґрунтувати фундаментальні її елементи (складові).

Сьогодні у відповідних наукових колах провідні наукові діячі та професіонали-практики в галузі логістичної діяльності до складу цієї функціональної стратегії відносять різну як за кількістю, так і за змістом чисельність складових елементів.

Зокрема, у навчальному посібнику Н.Я. Михаліцької та М.Р. Верескля виділено 4 складових логістичної стратегії : фінансову, клієнтську, внутрішню складову навчання та росту. При цьому у фінансовій складовій відбувається врахування рівня задоволення власників підприємства; клієнтська складова логістичної стратегії необхідна для розгляду рівня задоволення потреб клієнтів для досягнення фінансових цілей; внутрішня складова передбачає дослідження та врахування рівня досконалості процесів для найкращого задоволення потреб клієнтів; складова навчання та росту логістичної стратегії містить інформацію про визначення напрямку розвитку та навчання для досягнення необхідного рівня досконалості [2, с. 98].

У праці [3] автори М.В. Корінь та Г.В. Обруч зазначають, що основними компонентами логістичної стратегії є :

- «конфігурація логістичної мережі;
- розробка організаційної структури;
- розробка напрямків, технологій;
- визначення стратегічних цілей;
- створення інтегрованої системи управління запасами;
- вибір логістичної інформаційної системи» [3, с. 10].

Отже, погоджуючись із думкою зазначених вище авторів слід зауважити, що виділення складових елементів логістичної стратегії здійснюється за різними ознаками та залежить від цілей, завдань і планів діяльності підприємства.

Література:

1. Водолажська Т.О. Логістична стратегія підприємства : сутність поняття. *Економіка транспортного комплексу*. Харків : ХНАДУ. 2021. № 37. С 48-60.

2. Михаліцька Н.Я., Верескля М.Р. Логістичний менеджмент : навч. посіб. Львів : Львівський державний університет внутрішніх справ, 2020. 440 с.
3. Корінь М.В. Обруч Г.В. Корпоративна логістика : конспект лекцій. Харків : УкрДУЗТ, 2016. Ч.2. 61 с.

ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА

Колеснік Е.В.

*Науковий керівник: Шершенюк О.М., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Формування інвестиційних ресурсів є важливою складовою інвестиційної та загальної фінансової стратегії підприємства, а також вихідною умовою здійснення інвестиційного процесу на всіх його стадіях. Нагромадження капіталу в межах самого підприємства (власний капітал і його реінвестування) та різними господарюючими суб'єктами, населенням є базою для формування підприємством інвестиційних ресурсів.

Питанням формування інвестиційних ресурсів підприємств присвятили свої роботи такі вчені: М. Білик, І. Бланк, Ю. Воробйов, В. Геєць, В. Гриньова, В. Грідасов, О. Данілов, М. Кісіль, С. Кривченко, Я. Крупка, Г. Куліш, Т. Майорова, М. Назарчук, А. Пересада, С. Реверчук, П. Рогожин, Б. Стеценко, О. Терещенко, В. Федоренко, Л. Червова, В. Шевчук, М. Бромвіч, Е. Брігхем, Дж. Кейнс, В. Кінг, Д. Кліланд, П. Массі, П. Самуельсон, Х. Хаймер, У. Шарп та ін. Проте, незважаючи на наявність певного наукового доробку, в сучасній науці поки що залишається невирішеним питання ефективного формування та використання інвестиційних ресурсів підприємств.

Основною метою формування інвестиційних ресурсів підприємства є задоволення потреб у придбанні необхідних інвестиційних активів та оптимізація їх структури з позиції забезпечення ефективних результатів інвестиційної діяльності [1; 2].

Процес формування інвестиційних ресурсів передбачає розгляд можливих джерел фінансування інвестицій з урахуванням специфіки господарської діяльності того чи іншого підприємства. Усі джерела формування інвестиційних ресурсів поділяють на три основні групи: власні, позикові, залучені (табл. 1) [3]. Вибір конкретного джерела фінансування інвестицій дозволяє розрахувати пропорції в структурі визначених джерел формування інвестиційних ресурсів.

У процесі управління формуванням інвестиційних ресурсів можна виділити наступні основні особливості [4]: процес формування інвестиційних ресурсів і процес первісного нагромадження капіталу пов'язані між собою; базою формування інвестиційних ресурсів є капітал підприємства, який призначений для реінвестування; для інвестування капіталу в реальні проекти і фінансові інструменти, необхідно його сформувати в потрібному обсязі, через те, що інвестиційний процес не може бути здійснений без формування інвестиційних ресурсів; формування інвестиційних ресурсів пов'язане з усіма

стадіями інвестиційного процесу підприємства; формування інвестиційних ресурсів за рахунок позикових джерел залежить від структури капіталу, досягнутої на попередній стадії; процес формування інвестиційних ресурсів носить регулярний характер і пов'язаний з усіма стадіями життєвого циклу підприємства; темп процесу формування інвестиційних ресурсів за рахунок прибутку підприємства залежить від тимчасових переваг його власників; процес формування інвестиційних ресурсів є безперервним; існує прямий зв'язок між метою інвестиційної стратегії і формуванням інвестиційних ресурсів.

Таблиця 1 – Джерела формування інвестиційних ресурсів

Джерела формування інвестиційних ресурсів	
Власні	- частина чистого прибутку; - амортизаційні відрахування; - страхова сума відшкодування збитків; - реінвестована шляхом продажу частини основних фондів; - іммобілізована в інвестиції частина надлишків оборотних активів; - довготрітні фінансові вкладення, строк погашення яких закінчується в поточному році
Боргові (позикові)	- інвестиційні кредити банків; - емісія облігацій компанії; - цільовий державний кредит; - податковий інвестиційний кредит; - інвестиційний лізинг
Залучені	- емісія акцій компанії; - внески сторонніх вітчизняних та зарубіжних інвесторів в статутний фонд; - безкоштовно надані державними органами та комерційними структурами кошти на цільове інвестування

Рівень ефективності інвестиційної діяльності підприємства багато в чому визначається цілеспрямованим формуванням його інвестиційних ресурсів.

Отже, формування оптимальної структури капіталу підприємства - це складний економічний процес, який пов'язаний з оцінкою альтернативних варіантів розподілу інвестиційних ресурсів та забезпечить єдиний комплексний вплив на інвестиційну діяльність вітчизняних суб'єктів господарювання, що дозволить останнім значно підвищити свою інвестиційну привабливість та фінансову стійкість.

Література:

1. Черненко Л.В. Інвестиційна діяльність підприємств та джерела її фінансування. – URL: <http://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/3.2/174.pdf>.
2. Гончаренко М.Л., Щетина М.І. *Проблеми формування інвестиційних ресурсів підприємства*. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2013. №41. С. 154-158.
3. Ангелко І.В. Основні джерела фінансування інвестиційних ресурсів підприємства в умовах його розвитку. – URL:

<http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2015/2/509.pdf>.

4. Костецький В.В., Бутов А.М. Особливості формування інвестиційних ресурсів підприємства в сучасних економічних умовах. – URL: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_15/1/37.pdf

НЕДОЛІК СУЧАСНІЙ КОНЦЕПЦІЇ МЕНЕДЖМЕНТУ І МОЖЛИВІСТЬ ЙОГО ПОДОЛАННЯ

Крапчатова В.С.

*Науковий керівник: Бабайлов В.К. к. е. н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Як свідчить огляд літературних джерел, зараз у практиці менеджменту використовується основна, сучасна теорія (правильніше – концепція) менеджменту (СКМ) [1]. Вона з'явилася у сімдесяті роки двадцятого століття на Заході, як результат узагальнення різних приватних концепцій менеджменту видатними класиками менеджменту: Фредеріком Тейлором, Анрі Файолем, Каролем Адамецьким [1]. Так, Тейлор визначає найголовнішу властивість менеджменту – його сутність як організацію виробництва; але він не торкається змісту менеджменту. А. Файоль, навпаки, не визначає сутність, але концентрує увагу на змісті менеджменту – до нього він включає п'ять елементів: передбачення (тобто, планування); організацію (тобто, проектування посад та їх взаємозв'язок); розпорядництво (мотивацію); координування (узгодження); контроль. К. Адамецький визначає і сутність менеджменту (узгодження, гармонізацію ресурсів і діяльності, тобто, організацію виробництва), і його зміст, до якого включає чотири елементи: аналіз, план, виконання, контроль. У розвиток розуміння менеджменту значний внесок внесли також подружжя Л. і Ф. Джильберти, Г. Емерсон, Г. Черч, О. Богданов [1].

В СКМ визначені два основних аспекти менеджменту – його сутність і зміст. При цьому в зміст менеджменту включені шість основних елементів: планування (цілей), проектування (посад), мотивація (персоналу), ділове спілкування (ДС), прийняття рішень (ПР).

Однак практика використання СКМ виявила, що крім цих шести елементів змісту будь-які менеджери виконують і інші процедури як основного, так і допоміжного характеру. Не урахування цих процедур у змісті менеджменту є недоліком СКМ, який знижує ефективність його практики. Тому виникає необхідність у вирішенні цієї проблеми. Конкретно вона зводиться до вирішення питання – якими з вказаних процедур необхідне й можливе доповнити зміст менеджменту, який визначений в СКМ. Метою доповіді й стало визначення таких додаткових процедур. Для цього був проведений огляд літературних джерел для визначення таких процедур.

При цьому було виявлене, що для подолання недоліку СКМ вже існують реальні можливості. Так у [2] вже були виказана думка про те, що, наприклад, прийняття рішення (ПР) не може реалізуватися без його попередньої

організації, тобто без організації прийняття рішень (ОПР). Однак, в [2] ще не була виказана думка про можливість доповнення змісту менеджменту цим елементом. Автори же цієї доповіді вважають можливим і необхідним включити ОПР у зміст менеджменту.

Більш за те, уся практика менеджменту свідчить про те, що будь-який менеджер реалізує не тільки ОПР і ПР, але й обов'язково доводить ці дії до кінця – він ще й використовує ПР, тобто здійснює рішення проблеми (РП).

У [1] також відзначається (й це підтверджується повсякденною практикою менеджменту), що такий елемент змісту менеджменту, як ділове спілкування (ДС) також не може реалізуватися без його організації, без організації ділового спілкування (ОДС). Тому й ОДС необхідне включати до змісту менеджменту.

Отже, можна впевнено зробити такі висновки про подолання недоліків СКМ:

- у доповіді визначений недолік сучасній концепції менеджменту – неповний склад елементів його змісту;
- для його подолання була обґрунтована необхідність і можливість включення у зміст менеджменту додатково трьох елементів (організації ділового спілкування, організації прийняття рішень, рішення проблеми).

Автори впевнені, що подолання визначеного недоліку сучасній концепції менеджменту, буде сприяти підвищенню ефективності практики менеджменту і подальшому зростанню рівня його знань.

Література:

1. Бабайлов В.К. Менеджмент. Наука и практика: учебник. Х.: ХНАДУ. 2015. 276 с.
2. Бабайлов В. К. Методология научных исследований: навчальний посібник. Х.: ФОП Бровін О.В. 2019. 150 с.

СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ КОНТРОЛЬ

Мірошникова В.Д.

*Науковий керівник: Ачкасова Л.М. к.е.н. доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Слово контроль походить від латинського «контра ротулюс», від якого потім утворилося Французьке словосполучення «контр роль», що означає зіставлення або протиставлення належного, заздалегідь встановленого (зміна з метою відновлення). У словниках і енциклопедіях контроль визначається як перевірка чого-небудь; перевірка правильності тих чи інших дій в області виробництва і управління; спостереження з метою перевірки; установа або той, хто займається перевіркою звітності, діяльності будь-якої іншої установи або відповідальної особи.

Однак поняття "контроль «виходить за межі поняття» контролювання (перевірка) як вид адміністративної діяльності". Воно охоплює собою і активну

діяльність менеджера-управління. У процесі контролю менеджер не стільки віддає накази співробітникам, скільки оцінює успішність виконання намічених організацією планів і задоволення потреб внутрішнього і зовнішнього середовища. Слово "контроль" спочатку використовувалося в бухгалтерському обліку для відображення практики господарської діяльності організації. Саме цим значенням і користується деяка частина керуючих і теоретиків бізнесу. Однак функцію контролю в класичному менеджменті слід розуміти як вид управлінської діяльності, завдяки якій організацію можна утримувати на вірному шляху, порівнюючи показники її діяльності з встановленими стандартами і планами.

У сучасних умовах господарювання слово "контроль" викликає у суб'єктів підприємницької діяльності негативні емоції, оскільки у багатьох це поняття асоціюється з такими явищами, як обмеження, примус, заборона, притягнення до відповідальності. Найчастіше контроль відноситься до тих функцій управління, сутність і зміст яких найчастіше користувачами розуміються не зовсім вірно. Один з аспектів контролю дійсно полягає в забезпеченні підпорядкування чогось. Однак зводити контроль просто до якихось обмежень, що виключає можливість дій, що завдають шкоди організації і змушують кожного вести себе строго дисципліновано, – означало б випустити з уваги основне завдання управління. Зараз існує багато думок стосовно визначення поняття «контроль». Багато вчених розглядають це поняття по-різному.

Таблиця – Поняття «контроль»

Автор	Визначення
Веснин В.Р. [1]	Контроль является одной из основных функций управления. Он включает деятельность по формированию стандартов, проверке и оценке их исполнения, осуществлению корректирующих шагов. Главная цель контроля не поиск, а предотвращение ошибок, что значительно дешевле. Поэтому контроль представляет собой неотъемлемый элемент процесса планирования на всех его стадиях.
Герчикова И.Н. [2]	Управленческий контроль - это одна из функций управления, без которой не могут быть реализованы в полной мере все другие функции управления: планирование, организация, руководство и мотивация. Контроль выступает одним из главных инструментов выработки политики и принятия решений, обеспечивающих нормальное функционирование фирмы и достижение ею намеченных целей как в долгосрочной перспективе, так и в вопросах оперативного руководства.
Кузьмін О. Є. [3]	Контроль - це процес забезпечення досягнення організацією своїх цілей. Він являє собою систему спостереження і перевірки відповідності процесу функціонування керованої підсистеми прийнятим рішенням, а також вироблення певних дій. До основних характеристик ефективного контролю можна віднести: своєчасність, гнучкість, простоту, економічність.

Автор	Визначення
Хміль Ф.І. [4]	Контроль – це процес забезпечення досягнення цілей організації шляхом постійного спостереження за її діяльністю та усунення відхилень, які при цьому виникають. Контроль може бути спрямований як на окремий вид діяльності організації, так і на всю їх сукупність.
Мескон М.К., Альберт М., Хедоури Ф. [5]	«Контроль» – это процесс обеспечения достижения организацией своих целей. Процесс контроля состоит из установки стандартов, измерения фактически достигнутых результатов и проведения корректировок в том случае, если достигнутые результаты существенно отличаются от установленных стандартов.
Мартыненко Н.М. [6]	«Сама функция контроля – понятие отнюдь не однозначное. Виды деятельности, включаемые по функциональному признаку разделения управленческого труда в контроль, так широки, что для того чтобы увидеть их в процессе управления, необходимо рассмотреть их на широком фоне определенных понятий и влияний ...»
Гарькавенко С. [7]	«Контроль – елемент і чинник управління економічними суб'єктами, процесами, який полягає у нагляді за ними з метою перевірки відповідності їх стану законодавчим нормам, визначеним стратегіям, цілям, програмам розвитку тощо»
Скриптунова Е.А. [8]	Контроль представляет собой заключительную стадию процесса управления. Другими словами суть управления состоит в том, чтобы, проанализировав ситуацию определить цели и задачи, составить план их выполнения, продумать, как организовать выполнение задачи, обеспечив исполнителей необходимыми ресурсами, настроить исполнителей на выполнение задачи и проконтролировать ее исполнение, при необходимости внести коррективы в полученные результаты и учесть их в будущем.
Шидловська М.С. [9]	Контроль – це одна з функцій управління виробництвом, що має аналітичний характер. Під час її виконання здійснюється спостереження за ходом виробничих процесів і дотриманням виробничої програми, порівнюються величини та значення параметрів, що контролюються заданою програмою, фіксуються результати порівняння у зручній для використання формі.
Бойко І.В. [10]	Поняття «контроль» визначає як систему спостережень і перевірки процесу функціонування та фактичного стану керованого об'єкта з метою оцінки обґрунтованості та ефективності прийнятих управлінських рішень і результатів їх виконання, виявлення відхилень від вимог цих рішень, усунення несприятливих явищ і сигналізації про них, при необхідності, компетентним органом. Згідно цього визначення, контроль покликаний не тільки здійснювати перевірку функціонування об'єктів управління, але і, що дуже важливо, дати оцінку доцільності та ефективності управлінських рішень.
Хомяков В.І. [11]	Контроль - це частина управлінської діяльності, тобто функція менеджера, яка полягає в оцінці відповідності та виявленні невідповідності вимогам шляхом спостереження та висновки, на підставі відповідних вимірювань, випробувань або перевірок.

Аналіз літературних джерел показав, що в науковій літературі існує багато визначень поняття «контроль» та підходів до нього. Але потребує узагальнення існуючих точок зору на ці поняття. Вважаючи на істотний внесок

цих та інших вчених у визначення сутності цього поняття, можемо зробити висновок, що контроль – це окремий вид діяльності підприємства, який здійснюється з використанням конкретних методів, окремо розроблених і визначених керівництвом з метою ефективного, раціонального використання трудових, фінансових і матеріальних ресурсів, а також регулювання їх з метою отриманого бажаного результату та поставлених цілей, і також що, як і кожний вид діяльності, контроль має свій результат і, відповідно, показники ефективності його здійснення, які можна визначити, виходячи із завдань і мети контролю.

Література:

1. Веснин В.Р. Основы менеджмента: Учебник для студ.вузов. М.: Элит-2000, 2003. 464 с.
2. Герчикова И.Н. Менеджмент: Учебник. 3-е изд., перераб. и доп. М.: ЮНИТИ, 2002. 501 с.
3. Кузьмін О. Є. Сучасний менеджмент. Л.: Центр Європи, 1995. 175 с.
4. Хміль Ф.І. Основы менеджменту: Підручник. К.: Академвидав, 2003. 608 с.
5. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: Пер. с англ. М.: Дело, 2000. 704 с
6. Мартиненко М. Основы менеджменту: Підручник. К.: Каравела, 2005. 494 с.
7. Гарькавенко С. Маркетинг: Підручник. К.: Лібра, 2004. 712 с.
8. Скриптунова Е.А. Office File №69 октябрь 2004, №70 ноябрь 2004.
9. Шидловська М.С. Фінансовий контроль і аудит: навч.посіб. Київ: Вища школа, 2011. 495 с.
10. Бойко И.В. Инновационное развитие государств-участников СНГ в контексте глобальных вызовов // Сб. материалов XII междунар. науч.-практ. конф. “Проблемы и перспективы инновационного развития экономики”. К.: СПД Цудзинович Т.И., 2008. С. 63.
11. Хомяков В.І. Менеджмент підприємства: навч.посіб. 2-ге вид. Київ: Кондор, 2015. 434с.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РК

Молдакулова Н.М.

*Казахский автомобильно-дорожный институт имени Л.В.Гончарова,
Казахстан*

В статье рассматриваются некоторые взгляды на роль и механизм государственного регулирования инновационной экономики в целом и отдельных ее сфер в условиях рыночных отношений. Отмечено, что решение проблем регулирования инновационного развития должно осуществляться на сбалансированной основе, учитывать взаимодействие инновационной политики

с другими составляющими государственного регулирования социально-экономических процессов. Государство должно создавать условия для проведения необходимых НИОКР, определять приоритетные направления в информационной сфере и устанавливать порядок их финансирования. Реальное преобразование инноваций в движущую силу общественного развития возможно лишь при достижении социального согласия, наличия широкого среднего слоя населения, способного сформировать благоприятный социальный климат для распространения новшеств. В то же время ускорение инновационных процессов заставляет акцентировать такие вопросы, как сглаживание больше острых социальных противоречий, связанных с научно-техническим прогрессом, социальная защита ученых и инноваторов. Таким образом, существенным фактором общегосударственного значения инноваций является их решающее влияние на макроэкономические показатели.

С возрастающим значением экономики и общества растет и необходимость государственного регулирования инновационных процессов. Экономический рост базируется на сочетании экстенсивных и интенсивных факторов и привлечения в экономический оборот новых природных ресурсов и роста выпуска за счет большей занятости трудоспособного населения становятся все более ограниченными. Анализ научных разработок в сфере государственного регулирования экономики показал актуальность проблематики обеспечения инновационного развития, составляет основу экономического роста отечественной экономики. При этом необходимо учитывать характер влияния институциональных механизмов для регулирования экономики и связь инновационной политики с другими составляющими государственного регулирования социально-экономических процессов. Итак, целью статьи является выделение общеэкономических предпосылок государственного регулирования инновационных процессов и на их основе формулировки функций, институциональных механизмов и технологий воздействия государства на инновационное развитие.

В качестве методических и теоретических основ статьи были рассмотрены материалы трудов отечественных и зарубежных ученых по вопросам государственного регулирования инновационной деятельности. В процессе работы использованы методы научного абстрагирования, анализа и синтеза, структурно-функциональный метод исследования, позволяющие проанализировать современные проблемы государственного регулирования инновационной деятельности, выделить и обосновать стратегические направления инновационного развития.

Проблемы развития инновационной деятельности поднимаются в исследованиях многих ученых: П. Друкер [1], И.М. Мельник [1], Ю.П. Морозов [3] исследуют инновации, как продукт, нововведения, усовершенствования; В.М. Ковальчук [4] – как процесс. Глобальное развитие инноваций и мировой опыт функционирования ТНК в области создания технологий на основе НИОКР и рыночное освоение инноваций, нашли свое отражение в научных публикациях отечественных исследователей – Гееца В.М. [5], Кистерский Л.Л. [4]. При этом стратегия инновационного обеспечения

рассматривается на макро- и макроуровне в контексте процессов глобализации, интеграции и регионального развития. В работах А. Белоуса [5], А. Скаленко [5] прослеживается преимущественно глобально-корпоративный подход к проблеме развития инноваций. Однако, несмотря на значительное научно методическую базу и наличие большого количества прикладных исследований, многие аспекты управления инновационным потенциалом отечественных предприятий в контексте стабилизации социально-экономического развития Казахстана в условиях глобализации остаются дискуссионными и недостаточно исследованными [5].

Основной и наиболее выраженной из них является необходимость построения реально действующей инновационной модели социально-экономического развития государства в условиях ограниченности финансовых ресурсов и динамичности глобальной конкурентной среды. Зарубежный опыт и существующая практика свидетельствуют, что под влиянием инновационных процессов меняется и структура экономики. Согласно отмеченного меняется и содержание собственно государственного регулирования экономики. Происходит это за счет существенного влияния институциональных механизмов. Мы, естественно, не ставим задачу сформировать модель или стратегию разработки сбалансированной инновационной экономики, предложить наиболее оптимальные методы государственного регулирования отечественной экономики, четко понимая, что их разработка это – задача крупных научных коллективов – экономистов, юристов, политиков, общественных организаций и т. д.

В нашем понимании понятие инноваций следует рассматривать как социально-экономическую категорию, которая призвана обеспечить развитие общественных отношений в различных сферах жизнедеятельности. Как социально-экономическую категорию инновации в современных условиях можно структурировать в отдельных формах их проявления и сферах применения (рис. 1).

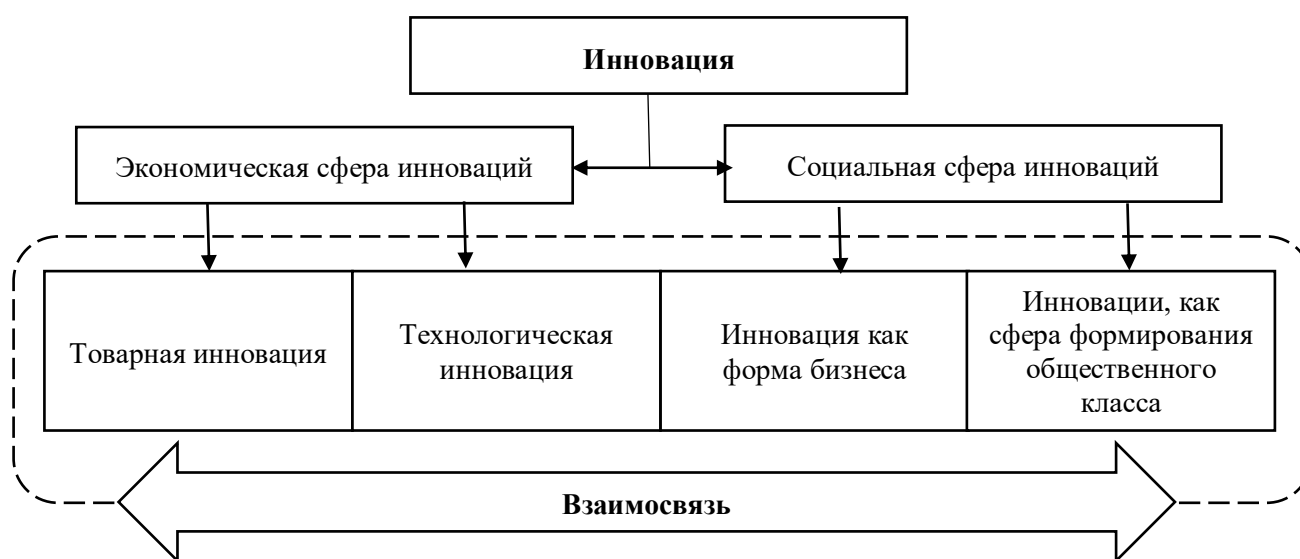


Рисунок 1 – Структура понятия инноваций как социально-экономическая категория (разработано на основании источника [3])

Своим исследованием мы только обращаем внимание на неконструктивность недооценки отмеченных обстоятельств, особенно в условиях трансформационной экономики. Рассматривая функции государства в регулировании экономики страны стоит выделить важный аспект ее деятельности - функционирования ее государственной собственности, которая является основой реализации функций государства[4].

В системе государственного регулирования экономики государственный сектор занимает особое место. С одной стороны, он выступает как объект государственного регулирования в стране, где государство является полномочным владельцем и предпринимателем, а с другой - обеспечивает реализацию ряда принятых правительством мер и решений, касающихся коммерческого сектора, или затрагивают интересы нации и экономики. Следует также учитывать, что государственный сектор более действенно реагирует на привлечение к экономическому развитию инновационного сектора, который пока в основном находится в государственной собственности. Реалии свидетельствуют о том, что влияние инновационных процессов испытывают не только производство, но и практически все стороны общественной жизни. Следовательно, влияние инновационных процессов на социальную стабильность сомнений не вызывает. Но определяя место государственного регулирования инновационного развития следует иметь в виду, что границы государственной собственности достаточно подвижны. Они определяются недостатками регулирования и воспроизводства социально-экономической системы в целом и особенно инновационного сектора, который в основном находится в государственной собственности. Это связано с взаимопроникновением государственного и частного капитала, что не всегда в четком определении институционального статуса инновационной организации выражается в чередовании фаз национализации и денационализации и т. д. [4].

Внедрение научно-технических достижений при наличии рациональной политики позволяет поддерживать жизненный уровень основной массы населения над критически опасной для социальной стабильности чертой, обеспечивать социальную уверенность путем постоянного расширения спектра потребляемых материальных и нематериальных благ и услуг, развивать интеллектуальный потенциал личности и общества, охранять социум от деградации [5].

Взаимосвязь инновационной политики и оборонная доктрина прослеживается по нескольким основным направлениям. Во-первых, в современных условиях поддержка минимально необходимого уровня обороноспособности невозможно без постоянных инноваций в области вооружений и организации армии, формирования психологии военных. Во-вторых, важным инструментом роста макроэкономической эффективности является конверсия инноваций, то есть использование нововведений, созданных в связи с решением оборонных задач, в гражданском секторе. В-третьих, использование обычных инновационных механизмов в процессе выполнения оборонных заказов и организации вооруженных сил позволяет

повысить экономичность армии, снижая тем самым оборонные нагрузки на бюджет.

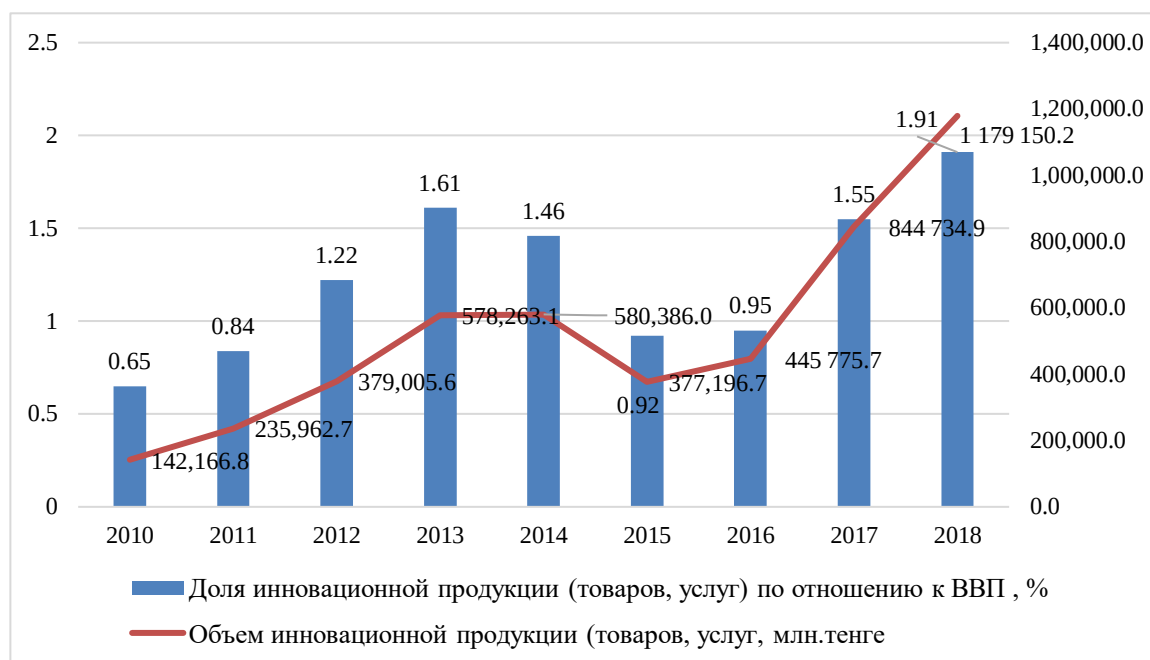


Рисунок 2– Доля и объем инновационной продукции за 2010-2018 гг.

Объем инновационной продукции в 2018 году по сравнению с 2017 годом увеличился на 334415,3 млн. тенге и составил 844 734,9 млн. тенге (в 2017 году – 398 959,2 млн. тенге, в 2016 году – 445775,7 млн. тенге).

Доля инновационной продукции в ВВП в 2018 году составила 1,91% в 2017 году - 1,59%, а в 2016 году - 0,95%.

В результате системных усилий со стороны государства развитие инноваций были определены в качестве стратегически важного направления развития Республики Казахстан.

Таблица 1 – Основные показатели состояния и развития науки

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Валовый внутренний продукт, млрд. тенге	21 815,5	28 243,1	31 015,2	35 999,0	39 675,8	40 884,1	46 971,2	54 378,9	61 819,5
Внутренние затраты на НИОКР, млн. тенге	33 466,8	43 351,6	51 253,1	61 672,7	66 347,6	69 302,9	66 600,1	68 884,2	72 224,6
Доля внутренних затрат на НИОКР от валового внутреннего продукта, %	0,15	0,15	0,16	0,17	0,17	0,17	0,14	0,13	0,12
Количество организаций (предприятий), осуществлявших НИОКР, единиц	424	412	345	341	392	390	383	386	384

Внутренние затраты на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы в 2018 году составили 72 224,6млн. тенге (в 2017 году– 68 884,2 млн. тенге, в 2016 году – 66 600,1 млн. тенге), их доля в ВВП– 0,12%.

Затраты на продуктовые и процессные инновации (затраты на технологические инновации) в 2017 году составили 899 681,8 млн. тенге (в 2016 году – 1 528 645,9 млн. тенге, в 2015 году - 655 361 млн. тенге) [7].

Казахстан претерпел сильный экономический рост со дня обретения независимости, в основном в результате прогрессивных индустриальных политик, которые способствовали эффективному применению природных ресурсов страны, быстрому развитию производства и увеличению потока прямых иностранных инвестиций (ПИИ) в страну [7].

Меры государственной инновационной политики можно разделить на образующие благоприятное для инноваций социально-экономическое окружение и иницирующие непосредственно и регулирующие инновационные процессы. Механизмы выработки и реализации государственной инновационной политики в Казахстане в настоящее время находятся в стадии становления. Итак, как видим, уровень государственного «присутствия» в инновационной деятельности достаточно широк. Как известно, выходные правовые предпосылки государственной инновационной политики содержатся в Конституции Казахстана. Стимулирование конкуренции, ограничение монополий являются важнейшими общеэкономическими условиями распространения инноваций. Нормативной базой поощрения конкуренции является антимонопольное законодательство, то есть совокупность юридических актов различной правовой силы, направленных на развитие конкурентной предпринимательства, ограничения деятельности предприятий-монополистов, создания предпосылок для демополизации экономики, предотвращение недобросовестной конкуренции. С одной стороны, предел потребительского выбора, а следовательно, и инновационное пространство существенно расширяются правом потребителя на исчерпывающую информацию о приобретенную продукцию и услуги. С другой стороны, существенные санкции за несоблюдение качества снижают возможности неинновационного маневра для хозяйствующих субъектов. К числу важнейших общеэкономических предпосылок государственного регулирования инновационных процессов следует отнести также информатизацию общества, поскольку инновационная информация в значительной степени распространяется по каналам общего пользования, и выделить инновационную составляющих информационных потоков на практику очень трудно. Дальнейшее развитие информационных систем и сетей, нуждающихся в улучшении информационного обеспечения граждан и организаций, формирование и осуществление научно-технической политики в области информатизации с учетом мировых достижений в области информационных технологий [5].

Таким образом, регулирующая экономическая и социальная роль государства в современном обществе опосредствует функции государственных органов по регулированию инноваций. К наиболее важным из них относятся: - аккумуляция средств на научные исследования и инновации; - координация инновационной деятельности; - стимулирование инноваций; - создание правовой базы инновационных процессов; - кадровое обеспечение инноваций; -

формирование научно-инновационной инфраструктуры; - институциональное обеспечение инновационных процессов; - регулирование социальной и экологической направленности инноваций; - повышение социального статуса инновационной деятельности; - региональное регулирование инновационных процессов; - регулирование международных аспектов инновационных процессов [6].

Вместе с тем, существуют такие проблемы, как:

- недостаточное понимание составляющих инноваций и того, как развивать инновации в промышленности, университетах и государственном секторе;

- неготовность отечественной системы образования к вызовам ускоренной индустриализации и выполнению задач по развитию высокотехнологических секторов экономики;

- административные барьеры на пути инноваций;

- отсутствие эффективных механизмов обеспечения спроса на инновации;

- слабое участие частного сектора в инновациях, а также неразвитость рынка венчурного капитала для финансирования инновационных малых компаний.

Все это в совокупности существенно ограничивает вклад инноваций в развитие экономики.

Для решения этих проблем необходимо создание наиболее привлекательного инвестиционного климата в регионе, в том числе с учетом лучшей мировой практики – согласно стандартам ОЭСР, преобразование Казахстана в региональный инвестиционный хаб, а также не допущение снижения инвестиций в обрабатывающий сектор являются основными направлениями индустриально-инновационного развития страны [7].

Одной из основных задач по индустриально-инновационному развитию страны является диверсификация экономики путем создания конкурентоспособных предприятий, производящих продукцию с высокой добавленной стоимостью. При этом, важным инструментом в привлечении инвестиций и развитие высокотехнологичных производств является развитие специальных экономических зон (СЭЗ), которое основывается на развитой инфраструктуре, стабильном законодательстве и системе управления.

Литература:

1. Друкер П. Энциклопедия менеджмента. М.; СПб.; К.: Вильямс, 2004. – 270 с.

2. Морозов Ю.П. Инновационный менеджмент: учеб. пособие. / Ю.П. Морозов. М.:Юнити-Дана, 2001. 446 с.

3. Михайлишин Л.И. Инновация как форма глобальных социально-экономических отношений. 2014. № 3. С. 40-48. Режим доступа: http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek_2014_3_5

4. Ковальчук В. М. Структурна перебудова національної економіки в контексті інноваційного розвитку: монографія. К.: ОІЕ, 2005. 240 с.

5. Скаленко А. К. Глобальные резервы роста / Системно-информационное измерение экономических реформ в Украине : монография / Пер. с укр./ Науч. ред. и предисл. чл.-корр. НАНУ О.Г. Белоруса. К. : Информационно-издательский центр «Интеллект», 2002. 428 с.

6. Шумпетер Й.А. Теория экономического развития. М.:Директмедиа Паблишинг, 2008. 455 с.

7. Стратегический план Министерства по инвестициям и развитию Республики Казахстан на 2017-2021 годы от «29» декабря 2016 года.

ФУНКЦІЇ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Обозна М.Д.

*Науковий керівник: Деділова Т.В., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Управління витратами на підприємстві передбачає виконання всіх функцій, притаманних управлінню будь-яким об'єктом, тобто розробку (прийняття) і реалізацію рішень, а також контроль за їх виконанням. Функції управління витратами реалізуються через елементи управлінського циклу: прогнозування і планування, організування, координацію і регулювання, активізацію і стимулювання виконання, облік та аналіз. Такий розподіл функцій управління дещо відрізняється від класичного американського (планування, організація, мотивація, контроль) та західноукраїнського підходів (планування, організування, мотивування, контролювання, регулювання), однак непогано підходить для опису управління витратами підприємства.

Виконання функцій управління в повному обсязі по всіх елементах складає цикл впливу керуючої підсистеми (суб'єкт управління) на керовану підсистему (об'єкт управління). Суб'єктами управління витратами виступають керівники і спеціалісти підприємств і виробничих підрозділів (виробництв, цехів, відділів, дільниць тощо). Окремі функції і елементи управління витратами виконуються працівниками підприємства безпосередньо або при їх активній участі. Об'єктами управління є витрати на розробку, виробництво, реалізацію, експлуатацію (використання) та утилізацію продукції (робіт, послуг).

Управління витратами не є самоціллю, але воно є необхідним для досягнення підприємством оптимального економічного результату, підвищення ефективності роботи. Функції управління витратами є первинними по відношенню до виробництва, тобто для досягнення певного виробничого, економічного, технічного чи іншого результату спочатку потрібно здійснити витрати. Тому ціль управління витратами полягає у досягненні намічених результатів діяльності підприємства найекономічнішим способом.

Прогнозування і планування витрат поділяють на перспективне (на стадії довгострокового планування) і поточне (на стадії короткострокового планування). Завданням довгострокового планування є підготовка інформації про очікувані витрати при освоєнні нових ринків збуту, організації розробки і

випуску нової продукції (робіт, послуг), збільшенні потужності підприємства. Поточні плани конкретизують реалізацію довгострокових цілей підприємства.

Організація встановлює, яким чином на підприємстві управляють витратами, тобто хто це робить, в які терміни, з використанням якої інформації і документів, якими способами. Визначаються місця виникнення витрат, центри витрат і центри відповідальності за їх дотримання. Розробляється ієрархічна система лінійних і функціональних зв'язків керівників і спеціалістів, які приймають участь в управлінні витратами, яка повинна бути сумісна з організаційно-виробничою структурою підприємства.

Координація і регулювання витрат передбачають порівняння фактичних витрат з запланованими, виявлення відхилень і прийняття оперативних заходів з їх усунення. Якщо виявляється, що змінилися умови виконання плану, то витрати, заплановані на його виконання, коректуються. Своєчасна координація і регулювання витрат дозволяють підприємству уникнути серйозного зриву у виконанні запланованого економічного результату діяльності.

Активізація і стимулювання передбачають знаходження таких способів впливу на учасників виробництва, які спонукали б дотримуватися встановлених планом витрат і знаходити можливості їх зниження. Такі дії можуть мотивуватися як матеріальними, так і моральними стимулами. Не можна стимули за дотримання і економію витрат замінити покараннями за перевитрати.

Облік як елемент управління витратами потрібен для підготовки інформації в цілях прийняття правильних господарських рішень. Наприклад, при оцінці вартості матеріальних виробничих запасів понесені витрати встановлюють шляхом виробничого обліку, а інформацію про фактичні результати діяльності підприємства і всі його витрати на виробництво надає бухгалтерський облік.

Аналіз витрат є складовим елементом функції контролю, який дозволяє оцінити ефективність використання всіх ресурсів підприємства, виявити резерви зниження витрат на виробництві, зібрати інформацію для підготовки планів та прийняття раціональних управлінських рішень в галузі витрат.

Функція контролю (моніторингу) в системі управління витратами забезпечує зворотній зв'язок, порівняння запланованих і фактичних витрат. Ефективність контролю обумовлюється корегуючими управлінськими діями, направленими на приведення фактичних витрат у відповідність з запланованими або на уточнення планів, якщо вони виявилися нереальними у нових умовах [1].

Таким чином, управління витратами – це динамічний процес, який включає управлінські дії, ціллю яких є досягнення високого економічного результату діяльності підприємства.

Література:

1. Економіка підприємства: Підручник / [за заг. ред. С. Ф.Покропивного]. [2-ге видання, перероб. та доп.]. Київ: КНЕУ, 2001. 528 с.

ОБҐРУНТУВАННЯ ЕЛЕМЕНТІВ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ

Петрик А.В.

*Науковий керівник: Шевченко І.Ю., д.е.н, доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Стратегічно важливим ресурсом держави є трудовий потенціал, кількісними й якісними характеристиками якого визначаються можливості національної економіки до продукування ВВП, інноваційного розвитку та належного представлення у міжнародному соціально-економічному просторі. Сьогодні трудовий потенціал України демонструє ознаки кризи з огляду на проблеми як демографічного, так і соціально-економічного характеру. Ще більш ускладнюють ситуацію, яка склалася, виклики пандемічного характеру.

У таких умовах актуалізується необхідність стратегічного управління розвитком трудового потенціалу на засадах новітніх підходів, серед яких доцільно виділити матричний підхід.

Матриця розвитку трудового потенціалу містить чотири квадранти – «кризовий стан (вичерпання внутрішніх резервів)», «відсутність розвитку (стагнація)», «накопичення внутрішніх резервів», «успішного функціонування».

Здійснивши матричну діагностику розвитку трудового потенціалу України у період 2018-2020 рр., було виявлено, що трудовий потенціал України та практично всі його компоненти (демографічний потенціал, творчий потенціал, професійно-кваліфікаційний потенціал, підприємницький потенціал) характеризуються кризовим станом, тобто вичерпанням внутрішніх резервів. Наразі лише така компонента трудового потенціалу України як інтелектуальний потенціал поки не характеризується кризовим станом, але й не демонструє ознак розвитку, переживаючи період стагнації.

Вважаємо, що при кризовому стані компонент трудового потенціалу доцільно реалізовувати заходи, які відповідають стратегії «внутрішнього стимулу»; при стагнації – заходи, які відповідають стратегії «шокової терапії»; при накопиченні внутрішніх резервів – заходи, які відповідають стратегії «зовнішнього стимулу»; при успішному функціонуванні – заходи, які відповідають стратегії «збереження».

Тим самим, для таких компонент трудового потенціалу України як демографічний потенціал, творчий потенціал, професійно-кваліфікаційний потенціал і підприємницький потенціал доцільно застосовувати заходи, які відповідають стратегії «внутрішнього стимулу».

Натомість для такої компоненти трудового потенціалу України як інтелектуальний потенціал доцільно застосовувати заходи, які відповідають стратегії «шокова терапія».

Підсумовуючи все вище зазначене, відобразимо наглядно на рис. 1 елементи Стратегії розвитку трудового потенціалу України як консолідацію заходів, які відповідають стратегіям «внутрішнього стимулу» та «шокова терапія».



Рисунок 1 – Стратегія розвитку трудового потенціалу України

Джерело: розроблено авторкою.

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ: ЕСSENЦІАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА

Петрик А.В.

*Науковий керівник: Шевченко І.Ю., д.е.н, доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Важливою категорією економічної науки є «стратегічне управління», дослідженню сутності якого присвячені праці багатьох учених (табл. 1).

Таблиця 1 – Дефініції категорії «стратегічне управління»

Автор(-и)	Стратегічне управління – це ...
І. Ансофф	процес прийняття та виконання стратегічних рішень, центральною ланкою якого є стратегічний вибір, що базується на зіставленні власного ресурсного потенціалу підприємства з можливостями і загрозами зовнішнього оточення, в якому воно діє. Він складається зі взаємопов'язаних процесів: формулювання стратегій; розвиток ділових здібностей підприємства; управління впровадженням стратегій.
Г. Мінцберг, Дж. Куїнн, С. Гошал	процес поєднання окремих складових формального стратегічного аналізу.
Д. Хассі	процес управління довгостроковими цілями, стратегією підприємства та її здійсненню.
С. Серто, П. Пітер	тривалий, послідовний, взаємопов'язаний процес, спрямований на підтримку діяльності підприємства у відповідності до його оточення.
С. Попов	підсистема менеджменту комерційної організації, яка здійснює весь комплекс конкретних робіт професійної діяльності зі стратегічного аналізу, розвитку, реалізації та контролінгу стратегії організації.
А. Томпсон, А.Дж. Стрікланд	діяльність, пов'язана з постановкою цілей і завдань підприємства та підтримкою взаємовідносин між підприємством і оточенням, що сприяють досягненню цілей, які відповідають його внутрішнім можливостям і дозволяють залишатися чутливим до зовнішніх вимог.
П. Забелін, Н. Моїсєєва	технологія управління в умовах підвищеної нестабільності факторів зовнішнього та внутрішнього середовища і їх невизначеності в часі.
Н. Тренєв	управління потенціалом підприємства, тобто управління його спроможністю до виконання будь-яких дій або досягнення будь-яких цілей.
З. Шершньова	реалізація концепції, в якій поєднуються цільовий, системний, ситуаційний та інтегральний підходи до діяльності підприємства, що дає змогу встановити цілі розвитку, порівнювати їх з наявними можливостями та приводити у відповідність з останніми, розробляючи та реалізуючи систему стратегій.
М. Володькіна	багатоплановий поведінковий процес, спрямований на розробку та реалізацію стратегії підприємства з урахуванням змін, які відбуваються в зовнішньому середовищі.
Ю. Іванов, О. Тищенко, Н. Дробитько, О. Абрамова	процес, що включає формулювання цілей діяльності підприємства з наступною розробкою і реалізацією стратегії, спрямованою на досягнення встановлених цілей відповідно змінам зовнішнього середовища.

Джерело: [1]

Виходячи з даних табл. 1 бачимо, що стратегічне управління – це цілеспрямований процес визначення певного напрямку розвитку відповідно вимогам зовнішнього та внутрішнього середовища.

У попередньому дослідженні [2] було констатовано, що під «трудовим потенціалом» слід розуміти кількісну й якісну характеристику населення держави, яке спроможне до здійснення трудової діяльності за віком і станом здоров'я. При цьому до трудового потенціалу належать як ті особи, які свою спроможність до трудової діяльності реалізують, так і ті особи, які нею не користуються з тих чи інших причин.

З огляду на базову структуру трудового потенціалу, можна виділити три основні ознаки його розвитку:

1. Перехід тієї частини, що не реалізується, в ту його частину, що реалізується (з покращенням кількісних та/або якісних характеристик реалізованої частини).

2. Одночасне покращення стану компонент у наступному періоді порівняно з попереднім (кількісний розвиток).

3. Одночасне покращення стану компонент у порівнянні з їх бажаним станом (якісний розвиток).

Обравши за основу й адаптувавши наступну варіацію компонентної структури трудового потенціалу [3], розвиток трудового потенціалу уявляємо як незворотний, спрямований і закономірний процес прогресивних змін кількісних (кількісних характеристик демографічного потенціалу) та якісних характеристик (якісних характеристик демографічного, інтелектуального, творчого, професійно-кваліфікаційного та підприємницького потенціалів) працездатного населення, котрі реалізуються чи можуть бути реалізовані з урахуванням впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища.

Таким чином під «стратегічним управлінням розвитком трудового потенціалу» слід розуміти цілеспрямований процес визначення певного напрямку розвитку трудового потенціалу (прогресивних змін кількісних (кількісних характеристик демографічного потенціалу) та якісних характеристик (якісних характеристик демографічного, інтелектуального, творчого, професійно-кваліфікаційного та підприємницького потенціалів) працездатного населення, котрі реалізуються чи можуть бути реалізовані) з урахуванням впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища.

Література:

1. Стратегічне управління: навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / О.М. Тищенко, В.О. Могилко, І.А. Дмитрієв, Р.В. Сагайдак-Нікітюк, І.Ю. Шевченко, О.А. Ященко. Х.: ХНАДУ, 2016. 252 с.

2. Петрик А.В., Цема В.Є. Есенціальна характеристика категорії «трудовий потенціал». *П'ятдесят треті економіко-правові дискусії: матеріали міжнародної науково-практичної інтернет-конференції*. Львів, 2020. С. 23–27.

3. Шевченко І.Ю. Компонентна структура трудового потенціалу регіону. *Економічні науки. Серія «Регіональна економіка»: Збірник наукових праць*. Луцьк. 2012. Вип. 9(35). Ч. II. С. 314–324.

СУТНІСТЬ МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ КОМУНІКАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА

Пономаренко А.С.

Науковий керівник: Токар І.І., асистент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Сучасний науковий дискурс точиться щодо сутності поняття маркетингової політики підприємства на ринку. У процесі систематизації відомих трактувань виділено чотири основні теоретичні підходи:

- процесний – ототожнення маркетингової політики і процесу маркетингової діяльності, тобто орієнтація на задоволення потреб споживача [1];

- управлінський - сукупність вольових рішень, які приймаються менеджментом, ґрунтуючись на маркетинговій стратегії підприємства [2];

- інструментальний - передбачає виокремлення інструментів комплексу маркетингу, наприклад, товарної маркетингової політики, або цінової маркетингової політики [3];

- фінансовий, який передбачає документальне закріплення в обліковій політиці підприємства можливостей зниження податкових ризиків, пов'язаних зі спірними питаннями щодо ціноутворення, облік витрат на рекламу, проведення маркетингових досліджень тощо [4].

Кожний із розглянутих підходів дозволяє охарактеризувати окремі аспекти маркетингової політики. Узагальнюючи наведені підходи, слід виділити основні характеристики поняття маркетингової політики: цільову спрямованість, процесний характер, структурну побудову та інформаційну підпорядкованість.

Маркетингова політика визначає та інституціоналізує унікальний для підприємства вибір оптимальної для вирішення конкретного маркетингового завдання комбінації комплексу маркетингу (інтер-інструментальна інтеграція різних типів маркетингових інструментів: товар, ціна, збут, просування/комунікації) та інтра-інструментальної (внутрішньогрупової) організації використання спектра засобів цього комплексу.

Формування маркетингової політики потребує використання належного методичного інструментарію, який складається з інструментів маркетингового дослідження та прогнозування ринку, результати якого дозволяють узгодити, тобто зробити несуперечливими, маркетингові стратегії та комплекс маркетингу. У сучасній інтерпретації комплексу маркетингу відбувається суттєве розширення конфігурації його моделей від класичної «4Р», далі: «4Р+1S», «5Р», «5Р+1S», «6Р», «7Р», «10Р», «12Р», «4С», «4А», «4D», «SIVA», «4Е», «2Р+2С+3S», «5Р+Е» тощо.

Сучасний маркетинг вимагає набагато більше, ніж просте створення товару, що задовольняє потреби клієнта. Фірми мають здійснювати комунікацію зі своїми клієнтами. При цьому, у змісті комунікацій не повинно бути нічого випадкового [5].

Маркетингова політика комунікацій - комплекс заходів, які використовує підприємство для інформування, переконання, нагадування та формування поглядів споживача на товар/послугу та імідж підприємства [6].

Маркетингові комунікації застосовуються як ефективний інструмент маркетингу, що включає практику доведення до споживачів необхідної для підприємства інформації, та розглядаються як процес управління рухом товарів на всіх етапах - у момент виведення товару на ринок, перед реалізацією, під час здійснення акту продажу і по завершенні процесу споживання [7].

На рівні підприємства комунікації представляють динамічний процес, який включає не лише потоки інформації, але й всю гаму психологічної взаємодії як всередині трудового колективу, так і з зовнішніми партнерами.

Маркетингові комунікації - це процес взаємодії суб'єктів маркетингової системи з приводу узгодження і прийняття тактичних і стратегічних рішень стосовно маркетингової діяльності. Ефективність маркетингових комунікацій залежить від особистих характеристик кожного із суб'єктів маркетингової системи, а також від використовуваних засобів комунікацій і методів їх стимулювання.

Література:

1. Тихонова О. Ю. Процесний підхід до формування комплексу маркетингу в авіакомпаніях. URL: <https://jrn1.nau.edu.ua/index.php/PPEI/article/view/6732/7528> (дата звернення: 12.01.2022).
2. Максимова Т., Жданова О., Івченко Є. Особливості формування маркетингової стратегії та маркетингової політики на українських промислових підприємствах в умовах кризи. *Маркетинг в Україні*. 2012. № 6. С. 22-28.
3. Карпенко Н. В. Управління маркетинговою політикою підприємства. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. Серія «Економічні науки». 2011. № 5 (50). С. 231-234.
4. Степина А., Касаткин Д. Маркетинговая политика и налоговые обязательства компании. *Управление рисками*. 2012. № 3. С. 53-60.
5. Богомолва І. П. Ефективність організаційної структури управління маркетингом як спосіб підвищення конкурентоспроможності підприємства. / Львів: Професіонал, 2008. 318 с.
6. Мусаткіна В. П. Вплив маркетингової політики на продуктивність торговельного підприємства. *Науковий вісник Мукачівського державного університету*. Серія «Економіка». 2014. Вип. 1 (1). С. 101-104. URL: <http://www.msu.edu.ua/visn/arhive/001/21.pdf> (дата звернення: 12.01.2022).
7. Клімова І. Г. Розробка ефективної маркетингової стратегії підприємства та управління процесом її реалізації. *Держава та регіони*. Серія «Економіка та підприємництво». 2009. №5. С. 115-118.

ДОСЛІДЖЕННЯ СУТНОСТІ ТЕРМІНУ «АУТСОРСИНГ ПІДПРИЄМСТВА»

Семенова Т.Ю.

*Науковий керівник: Водолажська Т.О., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

На сьогоднішній день аутсорсинг набуває все більшої популярності на світовому бізнес-ринку через здатність підвищення конкурентоспроможності підприємств, зниження витрат на виробничі процеси та зменшення податкового навантаження. Крім того, за рахунок аутсорсингових компаній підприємство може знизити кількість своїх працівників.

Термін «аутсорсинг» у перекладі з англійської мови «outside resource using», роз'яснення якого дозволяє зрозуміти, що у загальному це - використання зовнішніх ресурсів. Але навіть на сьогоднішній день поняття «аутсорсинг» ще цілковито не затвердилось. Тому у дослідженні розглянуто трактування змісту цього терміну такими науковцями, як: Б. Анікін, Р. Чапмен та К. Ендрейд, Г. Кассіді, Дж. Брайан Хейвуд, Л. Лозовський, Б. Райзберг, Е. Стародубцева, А. Івлєв, З. Айвязан [1-7].

На думку Б.Анікіна, аутсорсинг був введений в теорію менеджменту саме через його переклад. За його визначенням аутсорсинг – це «виконання окремих функцій (виробничих, сервісних, інформаційних, фінансових, управлінських та ін.) або бізнес-процесів (організаційних, фінансово-економічних, виробничо-технологічних, маркетингових) зовнішньою організацією, що володіє необхідними для цього ресурсами, на основі довгострокових відносин» [1].

Американські економісти Р. Чапмен і К. Ендрейд зазначають, що аутсорсинг застосовується «як парасоля для відображення різних напрямків ділової активності», а канадський науковий діяч Г. Кассіді вважає головною відмінною ознакою аутсорсингу передачу контракту на сторону, вводячи термін «contraction out» [2].

Аутсорсинг, за Дж. Брайан Хейвудом, визначається, як «переведення внутрішнього підрозділу чи підрозділів підприємств і всіх пов'язаних із ними активів у організацію, що надає послуги протягом певного часу за обумовленою ціною» [3].

У Сучасному економічному словнику (Б. Райзберг, Л. Лозовський, Е. Стародубцева) аутсорсинг визначено як «передавання традиційних не ключових функцій організації (таких, наприклад, як бухгалтерський облік або рекламна діяльність для машинобудівної компанії) зовнішнім виконавцям – аутсорсерам, субпідрядникам, висококваліфікованим фахівцям сторонньої фірми» [4].

А. Івлєв аутсорсинг тлумачить як «організаційне рішення, яке оптимізує конфігурацію бізнес-системи, виходячи з параметрів «якість-витрати-володіння» [5].

За З. Айвязаном аутсорсинг – це «передавання певних допоміжних функцій третій особі, яка спеціалізується в певній галузі» [6].

Відповідно Національному класифікатору України («Класифікація видів економічної діяльності ДК 009:2010») аутсорсингом вважають «угоду, за якою замовник доручає підряднику виконати певні завдання, зокрема, частину виробничого процесу або повний виробничий процес, надання послуг щодо добору персоналу, допоміжні функції». Разом з тим дотепер законодавче регулювання аутсорсингу відсутнє [7].

Найбільш яскравими прикладами застосування аутсорсингу називають такі види діяльності та робіт, як бухгалтерський або юридичний супровід та обслуговування, різноманітні господарства, що пропонують клінінгові послуги тощо.

Отже, основною проблемою визначення сутності поняття аутсорсингу є відсутність єдиної думки щодо тлумачення змісту цього поняття серед науковців. Це створює проблеми, пов'язані з визначенням єдиної концепції аутсорсингу для подальшого ефективного його використання в сучасному розвитку економіки. Але проаналізувавши всі досліджені визначення можна ствержувати, що аутсорсинг – це передача компанією-замовником певних функцій і бізнес-процесів зовнішнім компаніям протягом певного часу за обумовленою ціною.

Література:

1. Анікін Б.А. Аутсорсинг : створення високоефективних і конкурентоспроможних організацій : навч. посібн. Москва : ІНФРА-М, 2003, 187 с.
2. Кравчук О.М. Функціонування допоміжного виробництва промислових підприємств за умов розвитку ринкових відносин : моногр. Луцьк : Луцький держ. техн. університет, 2006. 242 с.
3. Дж. Брайан Хейвуд. Аутсорсинг : у пошуках конкурентних переваг. Williams, 2004. 176 с.
4. Райзберг Б., Лозовський Л., Стародубцева Е. Сучасний економічний словник : серія «Бібліотека словників». Москва : ІНФРА-М, 1998. 479 с.
5. Івлєв А.Г. Аутсорсинг організаційного розвитку : веб-сайт. URL : <http://quality.eur.ru/index.php>
6. Айвазян З.С. Бізнес на «пустому місці». *Фінансист*. 2002. №4. С. 25.
7. Національний класифікатор України «Класифікація видів економічної діяльності ДК 009:2010» : веб-сайт. URL : https://uz.ligazakon.ua/ua/magazine_article/EA013436

АНАЛІЗ ПІДХОДІВ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ «МОТИВАЦІЯ»

Сімоненко К.Є.

*Науковий керівник: Шершенюк О.М., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Соціально-економічні перетворення, які здійснюються в нашій державі, спрямовані на формування соціально орієнтованої ринкової економіки.

З огляду на це, важливим є кадровий потенціал підприємств, побудова ефективної системи мотивації та її застосування на практиці. Зниження показників продуктивності праці, якості продукції, трудової дисципліни на кожному конкретному підприємстві є наслідком нехтування мотиваційним фактором у сфері праці. В економічній літературі представлено різні наукові підходи до визначення сутності мотивації (узагальнено в табл. 1) [1-8].

Таблиця 1 – Підходи до визначення терміну «мотивація»

Автор	Визначення терміну «мотивація»
Виноградський М.Д.	Сукупність управлінських дій, спрямованих на спонукання себе та інших працівників на досягнення особистих цілей
Генкін Б.М.	Процес збудження людини до плідної діяльності, виходячи з її потреб і цілей підприємства
Дружинін В.Н.	Сукупність психічних процесів, які надають поведінці енергетичного імпульсу та загальної спрямованості
Дуракова І.Б., Талтинов С.М.	Процес збудження до діяльності, націлений на формування мотивів трудової поведінки під впливом комплексу чинників
Єськов О.Л.	Сукупність внутрішніх і зовнішніх сил, які спонукають людину до ефективної діяльності та надають цій діяльності спрямованості у досягненні визначеної мети
Занюк С.	Сукупність спонукальних факторів, які визначають активність людини (мотиви, потреби, ситуативні фактори, що детермінують поведінку людини)
Колот А.М.	«Локомотив» активної трудової діяльності, сукупність внутрішніх і зовнішніх рушійних сил, які спонукають людину до діяльності, визначають поведінку, форми діяльності, надають цій діяльності спрямованість, орієнтовану на досягнення особистих цілей і цілей організації
Куриляк В.Є.	Готовність докласти максимальних зусиль для досягнення організаційних цілей (мети), зумовлена здатністю цих зусиль задовольнити певну індивідуальну потребу
Мескон М., Альберт М., Хедоурі Ф.	Процес збудження себе та інших до діяльності для досягнення особистих цілей і цілей організації
Савченко Г.О., Збрицька Т.П.	Процес, який відбувається в самій людині і спрямовує її поведінку в конкретне русло, спонукає її поводитись у конкретній ситуації певним чином; процес спонукання кожного співробітника й усіх членів колективу до активної діяльності для задоволення своїх власних потреб і для досягнення цілей організації.
Хекхаузен Х.	Численні процеси та явища, суть яких зводиться до того, що жива істота обирає свою поведінку виходячи з її очікуваних наслідків, і керує нею в аспекті її спрямування і витрат енергії
Шапіро В.Д.	Процес стимулювання когось-небудь до діяльності, спрямованої на досягнення цілей організації

Наявність численних визначень одного і того самого поняття, на наш погляд, пов'язано з тим, що різні автори акцентують свою увагу на різних аспектах цього явища: мотивація як внутрішні фактори, що детермінують поведінку людини; мотивація як процес зовнішнього впливу на поведінку людини; мотивація як психологічний стан людини, що детермінує її поведінку.

Для успішного функціонування підприємства в сучасних умовах необхідним є ефективне управління персоналом через впровадження комплексу мотиваційних заходів. Мотивація – це економічна категорія, в основі якої лежить економічна спонuka людини. Отже, автор усвідомлює те, що категорія «мотивація» є багатоплановою, багатогранною і вимагає подальшого вдосконалення і уточнення.

Література:

1. Управління персоналом : навч. посіб. / М. Д. Виноградський С.В. Беляєва, А.М. Виноградська, О.М. Шканова. К. : Центр навчальної літератури, 2006. 504 с.
2. Генкин Б.М. Экономика и социология труда : учеб. для ВУЗов. М. : Норма, 2007. 448 с.
3. Кудінова М.М., Мугдусієва Н.К., Чернишева А.С. Мотивація праці як інструмент соціальної політики. *Ефективна економіка*. 2017. №4. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5543> (дата звернення 08.11.2021).
4. Самоукина Н.В. Эффективная мотивация персонала при минимальных финансовых затратах : монография. М. : Вершина, 2006. 224 с.
5. Єськов О.Л. Розвиток механізму мотивації праці в системі виробничого менеджменту великого підприємства : автореферат дис... на здобуття наук. ступеня д-ра екон. наук : 08.09.01. Донецьк, 2006. 35 с.
6. Колот А.М. Мотивація персоналу : підручник К. : КНЕУ, 2005. – 337 с.
7. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. М. : Дело, 1994. 702 с.
8. Савченко Г.О., Збрицька Т.П. Мотиви і стимули до праці та їх роль у підвищенні ефективності банків. *Вісник Донецького національного університету. Серія В «Економіка і право»*. Донецьк, 2009. С. 59-66.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ У ФОРМУВАННІ КРИТЕРІЇВ ВІДБОРУ ПЕРСОНАЛУ

Стремоухов В.В.

*Науковий керівник: Євченко В.В., к.е.н., доцент
НН ХТЕІ УПА*

Відбір персоналу є другою стадією процедури набору співробітників після того, як процес залучення кандидатів завершено. Сам процес являє собою відсіювання найгірших (long-listing) і вибір кращого або кращих із претендентів (short-listing). Для правильного вибору потрібно провести з кожним співбесіду, дізнавшись ділові та лідерські якості, і зробити висновки, чи підходить саме він/вона даної компанії. Зрозуміло, не варто перегинати ціпок з кількістю співбесід, щоб не викликати хвилювання, і цим не дозволити претенденту розкрити всі свої найкращі якості.

Підбір питань для співбесіди – справа важлива. Питання мають бути максимально наближені до діяльності компанії та сприяти повному розкриттю

кандидата як особистості, за допомогою виявлення його професійних та управлінських якостей. А критерії та методи відбору персоналу мають бути обрані з максимально наближеним до вимог корпоративної культури.

Процедура відбору може бути ініційована як зовнішнім, і внутрішнім пошуком відповідного співробітника. Пошук кандидатів на зовнішньому ринку допомагає компанії заповнити недолік у свіжих ідеях, професійних знаннях та нових талантах. Внутрішній пошук здійснюється для того, щоб заповнити вакансії співробітниками, що вже працюють на підприємстві, або для організації процесу просування кар'єрними сходами. Необхідність провести скорочення штатів також може активувати процедуру внутрішнього відбору, адже компанія має відповісти на запитання, хто має піти, а хто залишитись на підприємстві.

Фахівці з підбору персоналу часто стикаються з такими питаннями при виборі основних критеріїв відбору персоналу:

Чи будувати процес селекції кандидатів лише на сильні якості чи брати до уваги слабкі сторони претендента.

Що ставити на чільне місце - досвід і професійні знання або особистісні та лідерські якості претендентів.

Віддавати перевагу кандидатам, отриманим у результаті внутрішнього чи зовнішнього пошуку.

Наскільки брати до уваги чинники статі, віку та освіти претендента.

Чи брати на роботу готового спеціаліста або зупинити вибір на претендентів з потенціалом професійного зростання.

Розвиток економіки, де додаткова вартість формується за рахунок створення високотехнологічного та інноваційного продукту, вносить свої корективи до методів, принципів та критеріїв відбору персоналу. Із сучасних трендів у рекрутменті варто зазначити:

Змішування акцентів з професійним на особисті якості кандидатів. Підбір співробітників за типом особистості, ніж тільки з досвіду роботи.

Прагнення оцінювати претендентів не за його базовим дипломом, а за його здатністю постійно вчитися та вдосконалюватися.

Розробка методів оцінки можливостей кандидатів до демонстрування нестандартного підходу у вирішенні завдань та інноваційного мислення.

Однакова увага до підбору до факторів IQ (коефіцієнт інтелекту) та EQ (емоційного інтелекту).

Максимальна алгоритмізація критеріїв відбору персоналу при масовому найманні, щоб задіяти комп'ютерний пошук та відбір.

Цифрова репутація Активне використання цих соціальних мереж як джерела альтернативної інформації про претендента.

Таким чином, критерії набору персоналу можуть бути сучасними чи традиційними, індивідуальними чи алгоритмізованими. Найголовніше, щоб вони були релевантними для стратегії розвитку вашого бізнесу та дозволяли серед претендентів правильно відфільтровувати потрібні вам таланти.

Література:

1. Скаско І.М. визначення ефективних методів відбору персоналу. *Управління розвитком*. 2014. № 3(166). С. 11–19.
2. Глуходід Г.Ю. вдосконалення методики добору персоналу з урахуванням психологічних особливостей претендента на посаду. *Вісник сумського національного аграрного університету. серія «Економіка і менеджмент»*. 2016. № 1(67). С. 15–18.

СУТНІСТЬ ВНУТРІШНЬОГОСПОДАРСЬКОГО КОНТРОЛЮ НА АТП

Тихоненко О.С.

*Науковий керівник: Бочарова Н.А., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

У процесі управління АТП контроль є сполучною ланкою між технологічними циклами при наданні автотранспортних послуг. Система управління транспортним процесом складається з наступних функціонально-логічних стадій: управлінського рішення, контролю за виконанням, оцінки результатів. Контроль є необхідною і самостійною функцією управління в процесі діяльності підприємства. Завершуючи первинний процес управління, контрольна діяльність створює сприятливу перспективу для безперервного циклу перевезень [1, с. 107].

Залежно від користувачів отриманої інформації виділяється розмежування систем зовнішнього і внутрішнього контролю. Зовнішній контроль за витрачанням фінансових коштів здійснюють органи державної податкової адміністрації України шляхом перевірки правильності обчислення витрат і розрахунку податкових платежів; банки при перевірці цільового використання кредитів; громадські та інспектуючі організації при перевірці правильності сплати податків і зборів; аудиторські фірми і аудитори при перевірці власниками і керівництвом підприємства [5].

Внутрішній контроль на підприємстві виконує такі завдання як: забезпечення автотранспортних послуг матеріально-технічними ресурсами; збереження матеріально-технічних ресурсів та сприяння впровадженню прогресивних технологій, економного використання з метою зниження собівартості виробництва автотранспортних послуг.

Особливо важливим видом внутрішнього контролю для сучасних АТП є внутрішньогосподарський контроль-складова частина ринкового механізму і один з основних прийомів перевірки виконання прийнятих рішень. Характерною особливістю внутрішнього контролю є те, що він проводиться в процесі господарської діяльності, а саме в момент здійснення та оформлення господарських операцій, і дає можливість своєчасно виявляти недоліки, вивчати причини їх виникнення та вживати заходів щодо їх усунення [5].

Внутрішньогосподарський контроль за допомогою методу елімінування витрат, тобто їх визначення за місцями освіти і центрам відповідальності та

мережі АРМ, дозволяє впливати на витрачання матеріально-технічних ресурсів протягом усього циклу виробництва автотранспортних послуг.

За періодичністю здійснення внутрішньогосподарський контроль поділяють на: попередній, поточний (оперативний) і ретроспективний (завершальний в кінці звітної періоду). Контроль за операціями з матеріально-технічними ресурсами передбачає комплексне, неупереджене і регулярне дослідження процесу їх функціонування в системі підприємства з метою виявлення негативних тенденцій господарської діяльності. Всі господарські процеси підприємства контролюються його керівництвом на основі управління. Головною особливістю управлінських рішень є те, що вони приймаються з метою забезпечення безперервного функціонування об'єкта управління – процесу надання автотранспортних послуг [2, с. 281].

Важливу роль відіграє якість рішень, яке виражається через його економічну доцільність і своєчасність. Економічність рішення характеризується ефективністю використання ресурсів, а своєчасність – співвідношенням між часом виникнення проблеми і часу прийняття рішень. Якість управлінського рішення визначає кінцеві результати управління.

За впливом на собівартість відхилення класифікують на ті, які сприяють її збільшенню (негативні), і ті, які знижують собівартість (позитивні) Крім того, технологія виробництва автотранспортних послуг визначає існування врахованих (документована заміна матеріалів, зміна норм) і розрахованих відхилень від норм, при визначенні яких застосовують метод техніко-економічних розрахунків. Технологічні особливості виробництва автотранспортних послуг обумовлюють значну залежність ефективності оперативного контролю за витратами від ступеня економічного і технологічного контролю за процесом витрачання матеріально-технічних ресурсів [4, с. 150].

Оперативний контроль є найбільш дієвою функцією в управлінні формуванням витрат і собівартості перевезень, оскільки дозволяє щодня в ході виробничого процесу встановлювати резерви зниження витрат.

Таким чином, можна сформулювати поняття внутрішньогосподарського контролю, як самоконтроль, який здійснюється суб'єктами самої організації для перевірки господарських операцій у виробничих об'єктах, оцінки виявлених відхилень і ступеня їх впливу на аспекти функціонування організації та виявлення причин цих відхилень, тим самим забезпечуючи можливість ефективного управління підприємством.

Література:

1. Червінська С.Л. Особливості визначення фінансових результатів діяльності підприємств. Облік і фінанси АПК. 2016. №6. С.107-110.
2. Мірошніченко О. Ю., Корконос Ю. В. Механізм управління прибутком вітчизняних підприємств [Електронний ресурс]. Бізнес-інформ. 2014. №5. С. 280-285. URL: http://businessinform.net/pdf/2014/5_0/280_285.pdf
3. Партин Г.О., Фаріон С.Я. Економічна сутність майнового потенціалу підприємства. Бізнес-Інформ. 2016. № 6. С. 296-301.

4. Роздобудько В.В. Облік і контроль використання матеріально-технічних ресурсів у автотранспортному виробництві з застосуванням ПЕОМ: дис... канд. екон. наук: 08.06.04; Київський національний торговельно-економічний ун-т. К., 2005. 196 арк.

5. Сіра Ю. В. Контроль за виробничими витратами в системі управління молокопереробними підприємствами. Економіка, 2007. URL: http://www.rusnauka.com/14.NTP_2007/Economics/21823.doc.htm

СУТНІСТЬ ЛОГІСТИЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ ПІДПРИЄМСТВА

Хавула Й.В.

*Науковий керівник: Федотова І.В., д.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

На сучасному етапі одним із визначальних чинників конкурентоспроможності АТП стає ефективна система обслуговування споживачів. Тому провідні компанії приділяють посилену увагу постійному підвищенню рівня обслуговування споживачів, про що свідчить зокрема світовий досвід зміни пріоритетів на європейському та американському ринках. Споживач при виборі постачальника бере до уваги можливості останнього в області логістичного обслуговування, тобто на конкурентоспроможність постачальника впливає асортимент і якість пропонованих ним послуг.

В економічній літературі питання обслуговування споживача розглядається у працях зарубіжних вчених таких як Вордлоу Д., Вуд Д., Джонсон Дж., Кемпні Д., Котлер Ф., Кристофер М., Ламберт Д.М., Ларсон В., Мате Е., Сток Дж.Р., Щепанкевич В., а також у роботах вітчизняних вчених: Криворучко О., Крикавського Є., Окландера М., Петровича Й., Поплавської Ж., Смиричинського В., Танькова К., Фролової Л., Чухрай Н., які розглядають обслуговування споживача з позицій логістики, технічного обслуговування, маркетингу, консультування тощо.

В науковій літературі частіше за все поняття "логістичне обслуговування" розглядається в контексті обслуговування споживачів. Найбільш поширеною думкою є те, що логістичне обслуговування є його частиною. В зв'язку з цим найбільшого розповсюдження знайшли визначення, що пов'язують логістичне обслуговування з певними процесами, сукупністю послуг, комплексом дій та ін. (таблиця 1).

Таблиця 1 – Визначення поняття "логістичне обслуговування" у наукових джерелах

№	Автор	Сутність
1	Джонсон Дж., Вуд Д., Вордлоу Д. [1]	діяльність, скеровану на створення у клієнта переконання, що з цією організацією мати справу приємно і легко
2	Чухрай Н. [2, с. 23]	важлива складова обслуговування споживача, яка дає можливість

№	Автор	Сутність
		забезпечити необхідний рівень задоволення потреб клієнтів за якнайнижчих сукупних витрат та гарантованого отримання клієнтом відповідного товару відповідної кількості та асортименту в певному місці, певний час та за певною ціною
3	Баєв І.А. та інші [3]	сукупність послуг, що надаються в процесі безпосередньої поставки товарів споживачам на завершальному етапі ланцюга
4	Сток Дж.Р., Ламберт Д.М. [4]	процес, що відбувається між споживачем, продавцем та третьою стороною; результат роботи логістичної системи і компоненти «місце» в маркетинг-міксі компанії
5	Криворучко О.М. [5, с. 38].	організована діяльність персоналу у певному матеріальному середовищі, пов'язана з пропозицією і наданням логістичних послуг, що задовольняють конкретні потреби та вимоги споживачів
6	Крикавський Є.В. [6, с. 27].	комплекс дій, що охоплюють і поєднують сфери логістичної діяльності для постачання товарів таким чином, щоб одночасно і задовольнити споживача, і досягти мети в діяльності підприємства. Обслуговування споживача досягається за рахунок застосування всіх форм логістичної активності, зокрема, транспортування, складування, пакування; управління запасами та інформування

Виходячи з вище наведеного, можна сказати, що логістичне обслуговування АТП – це головна складова обслуговування споживачів, яка дає можливість досягти головної мети АТП – визначити їх рівень задоволеності.

Таким чином, під логістичним обслуговуванням будемо розуміти діяльність персоналу у вигляді сукупності логістичних послуг, що надаються в процесі логістичної діяльності та безпосередньої взаємодії зі споживачами для досягнення цілей та вимог як споживачів, так і підприємства.

Основним критерієм, що дозволяє оцінити систему обслуговування, як з позиції постачальника, так і з позиції одержувача послуг являється рівень логістичного обслуговування. Підприємство володіє вагомими перевагами, якщо воно орієнтоване на надання споживачам високого рівня логістичного обслуговування, це веде до зміцнення конкурентних позицій на ринку. Але, щоб надати споживачеві якісний комплекс послуг та логістичне обслуговування на високому рівні, АТП потребує певного ресурсного забезпечення. Удосконалення рівня логістичного обслуговування споживачів є запорукою підвищення ефективності діяльності підприємств автомобільного транспорту у цілому, і, як наслідок, зміцнення їх конкурентних позицій на ринку транспортних послуг.

Література:

1. Пономарьова Ю.В. Логістика. Навч. посібник. К.: Центр навчальної літератури, 2003. 192 с.
2. Чухрай Н. Логістичне обслуговування: підручник. Львів: Видавництво Національного університету "Львівська політехніка", 2006. 292 с.

3. Совершенствование управления процессом реализации продукции промышленного предприятия на базе логистической концепции / Баев И.А. и др. *Вестник УГТУ-УПИ*. 2006. № 1(72). С. 130–136.

4. Сток Дж.Р., Ламберт Д.М. Стратегическое управление логистикой. М.: Инфра-М, 2005. 830 с.

5. Криворучко О.М. Поняття «логістичний сервіс» і «логістичне обслуговування». *Економіка транспортного комплексу. Збірник наукових праць*. 2019. Вип. 33. С. 31-44.

6. Крикавський С.В., Чухрай Н.І., Чорнотіська Н.В. Логістика: компедіум і практикум: Навч. посіб. К. : Кондор, 2007. 340 с.

ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДУ КОРЕЛЯЦІЙНО-РЕГРЕСІЙНОГО АНАЛІЗУ ДЛЯ РОЗРАХУНКУ ЦІН НА НОВУ ПРОДУКЦІЮ

Цема В.Є.

*Науковий керівник: Непран А.В., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Для багатьох промислових підприємств, що виробляють широку номенклатуру продукції, однією з проблем є визначення ціни на однотипну, функціонально однорідну продукцію. Ціна на продукцію повинна враховувати техніко-економічні характеристики продукції, стимулювати подальше підвищення її якості. При встановленні цін на виріб із застосуванням традиційних (витратних) методів потребує здійснення калькулювання за всією номенклатурою (асортиментом) продукції.

Великі можливості в розробці прейскурантів в машинобудуванні на продукцію виробничо-технічного призначення відкриваються із впровадженням в практику розрахунків застосуванням методу кореляційно-регресійного аналізу і ЕОМ. Параметричні методи, зокрема, методи кореляційно-регресійного аналізу дозволяють знайти правильне співвідношення цін на весь асортимент продукції.

Сутність методу кореляційно-регресійного аналізу в ціноутворенні полягає в знаходженні емпіричних формул залежності цін (собівартості) від техніко-економічних параметрів продукції в межах параметричного ряду виробів. До переваг параметричного методу Л. Ларка відносить можливість застосування під час ціноутворення нових товарів залежно від зміни рівня техніко-економічних параметрів та для розрахунку цін серійних товарів підприємств, коли попит значно перевищує пропозицію [1, с. 106]. «Параметричні методи ціноутворення, — відмічали В. Божкова та І. Рябченко, — передбачають урахування залежності між техніко-економічними параметрами виробу і його ціною шляхом введення поправок на техніко-економічне порівняння: сучасності конструкції, продуктивності, комплектності, економічності експлуатації, рівня організації технічного обслуговування [2, с. 78].

Необхідність визначення оптової ціни на конкретний виріб виникає уже

на ранніх стадіях проектування, а саме на стадії розробки технічного завдання. Як правило, в цей момент інформація про ціну виготовлення майбутнього виробу відсутня, а відомі лише його основні техніко-економічні параметри. Виникає питання, як в таких умовах визначити оптову ціну, якщо відомі лише основні її якісні параметри?

Визначити оптову ціну нового виду продукції на стадії технічного завдання можна, якщо мається інформація про зв'язок між динамікою якісних параметрів і динамікою собівартості цін за видами продукції, яка випускалася раніше. Встановити ціну можна на основі обробки відповідних даних методом кореляційно-регресійного аналізу.

Ціноутворення за допомогою методу кореляційно-регресійного аналізу полягає у знаходженні емпіричних формул залежності між цінами на продукцію, яка фактично випускається продукції, що представляє з себе параметричний ряд, та її техніко-економічними параметрами та визначення на основі вирішення виведених рівнянь нових цін. За допомогою кореляційного аналізу визначається наявність і сила зв'язку між досліджуваними ознаками шляхом обчислення показників зв'язку: лінійного коефіцієнту парної кореляції, коефіцієнтів множинної кореляції.

За допомогою регресійного аналізу встановлюється, як в середньому змінюється результативна ознака із зміною одного або декількох факторних ознак. Аналітична залежність ціни від зміни факторів може виражатися у вигляді:

$$\bar{y} = f(x_1, x_2, x_3, \dots, x_n),$$

де $\bar{y}$ — ціна виробу;

$x_1, x_2, x_3, \dots, x_n$ — основні техніко-економічні параметри виробу.

В практиці ціноутворення можуть бути використані наступні функції:

1. Лінійна

$$\bar{y} = a_0 + a_1 x$$

2. Ступенева

$$\bar{y} = a_0 x_1^{a_1} \cdot x_2^{a_2} \dots x_n^{a_n};$$

3. Парабола другого порядку

$$\bar{y} = a + bt + ct^2;$$

4. Парабола третього порядку

$$\bar{y} = a + bt + ct^2 + dt^3;$$

5. Степенева крива

$$\bar{y} = at^b.$$

Використання кореляційно-регресійного аналізу для визначення цін на продукцію має суттєві переваги перед ручним (традиційним) методом ціноутворення, що ґрунтуються на калькуляції виробів. По-перше, зменшуються терміни розробки цін та знижуються витрати часу на розробку прейскуранту цін на різні види промислової продукції. Скорочення термінів розробки прейскурантів дає можливість найкращим чином скоординувати процес складання планів виробництва, матеріально-технічного постачання і т. п. По-друге, мається можливість розробки декількох варіантів прейскуранту цін. По-третє, за рахунок скорочення арифметичних помилок підвищується точність розрахунків.

Література:

1. Ларка Л. С., Павленко В. В. Ціноутворення в системі економічного управління бізнесом. *Приазовський економічний вісник*. 2021. Вип. 2(25). С. 104–107.

2. Божкова В. В., Рябченко І. М. Систематизація методів маркетингового ціноутворення. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2012. № 4. С. 74–80.

МЕТОДИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Цема В.Є.

*Науковий керівник: Деділова Т.В., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Контроль результативності та оцінка ефективності маркетингової діяльності підприємств – це необхідний крок до розуміння доцільності використання обраної маркетингової стратегії, який допомагає виявити недоліки та усунути їх. Інформаційною основою такого контролю слугує набір показників, що відображають економічний стан підприємства за певний проміжок часу та потребують систематизації відповідно до певних ознак оцінювання ефективності маркетингової діяльності підприємств. Формування набору показників є базою для аналізу ефективності, що дозволяє провести поетапну оцінку реалізації стратегії та допомагає знайти відповіді на питання керівників підприємства щодо подальших дій у конкурентному середовищі. Проте суттєвою проблемою є відсутність інформації, необхідної для проведення контролю, та невизначеність при виборі показників ефективності та результативності [1].

Для того, щоби об'єктивно оцінити ефективність маркетингу, необхідна

наявність таких елементів оцінювання, як: суб'єкт оцінювання (маркетингова служба підприємства); об'єкт оцінювання (маркетингова діяльність підприємства); наявність методики оцінювання ефективності маркетингу.

Ефективність маркетингу – це важливий показник діяльності підприємства, який показує ступінь досягнення поставлених перед маркетинговою службою цілей. Для об'єктивного оцінювання ефективності маркетингу необхідно оцінити всі напрями маркетингової діяльності: від реалізації управлінських функцій до застосування маркетингових інструментів, включаючи використання маркетингових ресурсів [2].

У науковій літературі виділяють чотири відокремлені групи методів оцінки ефективності маркетингової діяльності:

1. Кількісні (фактографічні) – передбачають порівняння результативних показників маркетингової діяльності з витратами на її здійснення (рентабельність маркетингових інвестицій – показник, за яким повні витрати інвестицій у маркетинг відносяться до загального прибутку, утвореного даною інвестицією; оцінка вартості бренда через співвідношення прямих (метод сумарних витрат) та непрямих оцінок (метод оцінки відомості та оцінка франшизи); оцінювання ринкового успіху компанії в конкурентному середовищі).

2. Соціологічні – націлені на використання інструментів прикладної соціології, а саме на розроблення соціологічних досліджень (глибинні інтерв'ю, фокус-групи) та проведення досліджень відповідно до цих програм (оцінювання комунікацій, зокрема засобами математичного моделювання).

3. Експертні (суб'єктивні) – передбачають використання спеціальних знань та практичного досвіду експертів для отримання загальних суджень про ефективність маркетингової діяльності підприємства переважно у вигляді оцінок (балах).

4. Якісні методи, засновані на проведенні аудиту маркетингу, – це всеосяжна, систематична, незалежна та періодична перевірка зовнішнього середовища маркетингу, цілей, стратегій та конкретних напрямів маркетингової діяльності для підприємства у цілому або для його окремих структурних підрозділів. Проводиться власними силами або незалежними експертами.

На жаль, на питання, яка з методик є найбільш ефективною, не має однозначної відповіді як у середовищі науковців, так і в середовищі практиків, а оцінювання рівня ефективності маркетингової діяльності торговельного підприємства залишається одним із найпроблемніших питань [3].

Література:

1. Савчук А. Ефективність маркетингової діяльності підприємств. *Вісник КНТЕУ*. 2015. № 5. С. 27-38.

2. Бочко О. Ю. Визначення рівня ефективності маркетингової діяльності на короткостроковий період. URL : <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2017/jun/4177/bochkoo.pdf> (дата звернення: 10.12.2021).

3. Муштай В. А., Бересток Б. П. Формування та оцінка ефективної системи управління маркетинговою діяльністю підприємства сфери послуг.

УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОМ ДЛЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Чупета Д.О.

*Науковий керівник: Блага В. В., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

В даний час найважливішою проблемою української економіки є забезпечення її сталого розвитку. Однією з умов стабілізації національної економіки є підвищення конкурентоспроможності підприємств, що, в свою чергу, багато в чому залежить від ефективності маркетингової діяльності. Маркетинг спільної творчості (co-creative marketing) - це одна з нових тенденцій в маркетингу і інноваційному менеджменті. Підприємства можуть запрошувати клієнтів взяти участь у створенні продуктів, які задовольняють їхні потреби. При цьому головним буде навіть не сам продукт, а пов'язані з його розробкою унікальні враження і досвід, які в перспективі стануть основою для глибокої емоційної зв'язку споживача з підприємством.

Питання Інтернет-маркетингу знайшли відображення в роботах таких вітчизняних авторів, як Байков І., Балабанов І., Данько Т., Костяев Р., Крупник А., Ку-Ріцька А., Петюшкін А., Успенський І., Хабаров В. і Холмогоров В. Всі ці роботи присвячені переважно технічним аспектам реалізації Інтернет-маркетингу. В останні роки в маркетингу все більшої популярності набирає нова течія, прихильники якого вважають, що найбільш затребуваним товаром в сучасному суспільстві стають не матеріальні цінності, а емоції, враження і мрії. В даний час споживачеві потрібен не просто товар, йому хочеться отримати задоволення від самого процесу його покупки. Споживання набуває все більш індивідуальний характер. В умовах, що склалися процвітати будуть ті компанії, які зможуть надати своїм клієнтам не тільки товари і послуги, але і позитивні емоції.

Існує широкий спектр інструментів маркетингу, кожен з яких тісно взаємопов'язаний з іншими: маркетингові дослідження, товарна політика, канали збуту, ціна, реклама, сервісне обслуговування. В цілому інструменти маркетингу формують систему маркетингу підприємства, від ефективності якої багато в чому і залежить успіх діяльності фірми. Інструменти маркетингу спрямовані на забезпечення міцних зв'язків між клієнтом і підприємством. Нині стає дедалі популярнішим таке поняття як «інтернет- маркетинг». Інтернет-маркетинг - це комплекс заходів щодо використання в Інтернеті всіх аспектів традиційного маркетингу: ціна, продукт, місце продажу, просування. Інтернет-маркетинг має ряд переваг, а саме: оперативна подача інформації клієнтам; економія грошей на рекламу; можливість участі в онлайн-продажах з будь-якої точки країни; доступність; використання таргетованої реклами в інтернеті дає можливість просувати послуги та рекламувати товари тільки для зацікавлених осіб.

Сьогодні багато українських підприємств починають працювати в мережі Інтернет, однак через відсутність достатнього практичного досвіду і чітких структурованих підходів до реалізації інтернет-маркетингу, невідповідності подібних проектів стратегічним цілям і / або можливостям організації інтернет-проекти часто виявляються невдалими.

Визначна проблема інтернет-маркетологів - відсутність регулярності дій. Вибухове зростання проекту дуже рідко є наслідком якихось глобальних змін на сайті, які відбуваються раз в квартал. Результат - це сума мікродій, мікрозмін, які відбуваються на сайті постійно. Тому найважливіше - поставити на потік процес змін. Нехай вони будуть не глобальні, але регулярні.

Друга проблема в тому, що інтернет-маркетинг не дає можливості споживачеві перевірити товар до того, як здійснити покупку. Одним з способів її вирішення може бути можливість повернення товару та отримання своїх грошей назад за наявності дефектів у ній. Кількість комерційних та некомерційних веб-сайтів настільки велика, що споживачі мають можливість познайомитися з багатьма торговими пропозиціями і провести на кожному сайті стільки часу, скільки потрібно. Це дозволяє вільно орієнтуватися в ціні, уникати непотрібної інформації та витрат.

Через відносну новизну введення такого роду бізнесу, виникають різні недоліки. Так основними користувачами такого роду покупок, звичайно, є молодь та люди середніх років, так як вони розуміють, що це економить час, що можна знайти необхідний товар, не виходячи з дому. Що стосується людей похилого віку, то, очевидно, що їм краще здійснювати покупки стандартним шляхом. За даними агентства Monitoring.ru: 74% людей у віці 18-35 років регулярно заходять в Інтернет і відвідують всілякі сайти; 60% людей 60-70-літніх не мають бажання користуватися таким джерелом придбання товарів; 69% опитаних хоч раз здійснили покупки через Інтернет.

Процес управління маркетингом включає в себе чотири основні етапи: аналіз ринкових можливостей підприємства, вибір цільових ринків, розробка комплексу маркетингу спільної творчості, управління реалізацією маркетингових заходів. Маркетинг співтворчості - це довгострокова діяльність, яку необхідно зробити частиною більш загального інноваційного процесу на підприємстві. У більшості випадків результатом маркетингу співтворчості є нові розробки, які необхідно впровадити у виробництво і довести до етапу комерційної реалізації. Крім того, залучення споживачів до участі в спільній творчості - це не разовий проект. Можуть змінюватися конкретні форми, продукти, склад учасників, але сама діяльність повинна здійснюватися на постійній основі, оскільки незмінними залишаються дві головні передумови: неможливість підприємства в усьому поставити себе на місце клієнта і прагнення споживачів до діяльнісної самореалізації.

Інноваційні проекти за участю споживачів, які отримують все більше поширення, можуть сприяти поліпшенню іміджу підприємства, підвищенню його конкурентоспроможності та прибутку, налагодженню відносин з клієнтами, значної економії, а також добробуту суспільства в цілому.

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ КӨЛІК ЖҮЙЕСІНІҢ ДАМУ МӘСЕЛЕЛЕРІ

Алмагамбетова Ш.Т. э.ғ.к., қауымд. профессор

Абдраук Р. Экономика-19 топ студенті

Штыбко В. Экономика-19 топ студенті

Л.Б. Гончаров атындағы Қазақ автомобиль-жол институты

Қазіргі таңда Қазақстан Республикасы әлемде көліктік инновациялық жобаларды іске асыруды көп назарға аударылуда, әсіресе әлемде іске асырылып, орын алып жатқан «Жібек жолының» экономикалық белдеуі», «Батыс Еуропа - Батыс Қытай», блок-поезд «Silk Wind (Жібек желі)», «Хоргос - Шығыс қақпасы» АЭЗ, шекаралық ынтымақтастық Қазақстандық-Қытай халықаралық орталығы, «Rail Air» халықаралық тасымалы сияқты көліктік-логистикалық жобалар Қазақстан Республикасына тікелей қатысы бар. Мақалада Қазақстан Республикасының ұлттық көліктік жүйесін ұйымдастыру және оның даму ерекшеліктері, орын алған мәселелер талдауы жасалған. Қазақстанның көршілес және серіктес мемлекеттермен халықаралық көліктік стратегиясын таңдаудың әлеуметтік-экономикалық алғышарттары, бағыттары қарастырылды.

XXI ғасырдың маңызды мәселелері қатарына жаһандық энергетикалық қауіпсіздік, табиғи ресурстардың сарқылуы, әлеуметтік тұрақсыздық қауіпі және елдің әлеуметтік-экономикалық дамуына қойылатын талаптардың тұрақсыздығы, әлеуметтік тұрақсыздық, оның ішінде көлік жүйесінің инфрақұрылымы жатады.

Егер көлік жүйесін дамыту туралы пікір Республиканың қалыптасу жылдарында Қазақстанның әлеуметтік-экономикалық дамуының катализаторы болса, онда инфрақұрылым жүргізу және осы жағдайларда көлік жүйесін ұзақмерзімді болашақта ел ішінде және ел экономикасының дүниежүзілік жүйесіне кіруін қамтамасыз ете отырып, қазіргі заманғы критерийлерге жауап беруі өңіраралық байланыс сапасы мен қауіпсіздігін қамтамасыз етеді [1].

Қазақстан экономикасының жаһандану жағдайындағы әлемдік жүйеге табысты интеграциялануы ел ішіндегі көлік жүйесін дамытусыз мүмкін бола алмайды. Сондықтан көлік саласының дамуы, тұтастай алғанда, көлік жүйесінің инфрақұрылымының даму деңгейін арттыруға бағытталуы тиіс.

Көлік-коммуникациялық инфрақұрылымының маңызды міндеті болып көлік қызметінің сапасы мен қолжетімділігін қамтамасыз ету және алыста орналасқан аймақтарда «инфрақұрылымдық орталықтарды» құру, сонымен қатар ауылдық жерлерді көлікпен қамтамасыз ету мәселелерін шешу табылады[2].

Қазіргі әлемдік шаруашылықтағы интерұлттандырудың объективті жан-жақты экономикалық өзара қарым-қатынастың жаңа деңгейін талап етеді, сондықтан әртүрлі аспектілер мен Қазақстан Республикасы кәсіпорын ұйымдары үшін сыртқы экономикалық қызметті зерделеу үлкен практикалық қызығушылық танытады. Қазіргі замандағы өндіріс ауқымдарында салмақтық

шамадағы өнімнің көлемі орташа бір тұрғынға шаққанда дамыған елдерде жылына 20-25 т, ал тұтастай дүние жүзінде - 10 т дейін жетеді.

Көлік жүйесінің дамуындағы мемлекеттің қатысуының қомақты рөлін ерекше атап өту қажет. Көлік ұзақ инвестициялық циклі, физикалық және моральдік тозудың жоғары деңгейі бар шаруашылықтың материалдық және энергиялық ауқымды секторы болып табылады.

Көліктің үлесіне негізгі әлемдік қорлардың 20% келеді. Көлік және қоймалау секторына тікелей шетел инвестицияларының (ТШИ) 281,6 млн жуық АҚШ долл., немесе жалпы инвестициялар ағымының 3%, жұмсалған болатын. Берілген секторда бүкіл ТШИ-дың 98% жуығы, немесе 276,0 млн АҚШ доллары, құрлықтағы көлік пен құбыр желісі бойынша тасуға бағытталған. Су көлігіне 2,3 млн АҚШ доллары жұмсалған болатын.

ҚХР - ЕО бағытындағы құрлық бағдарларының негізгі артықшылығы олардың жеделдігі болып табылады. Қазақстан аумағымен өтетін бағдарлар арқылы осы бағытта жүктерді жеткізу орта есеппен - 12-15 күнді алса, Оңтүстік теңіз жолымен жеткізу 45-60 күнді, Солтүстік теңіз жолымен жеткізу - 33-35 күнді, Транссібір магистралі арқылы жеткізу 18-20 күнді алады. Осы басымдыққа қарамастан, қолданыстағы транзиттік бағдарларды сақтап, олардың бәсекеге қабілеттілігін арттыру үшін жүктерді тасымалдау жеделдігі мен қолайлылығын арттыру жұмысын одан әрі жалғастыру керек.

Логистика және сервис сапасы проблемасы - қолданыстағы сервис объектілерінің саны жеткіліксіз. Транзиттік және экспорттық-импорттық операциялардың құнының өзгеруіне әсер ететін кедендік және визалық рәсімдерді оңайлату мәселесі әлі де өзекті болып қалуда.

Бүгінгі таңда орын алып жатқан проблемаларды шешу мақсатында мемлекет тарапынан және бірқатар үкіметаралық жұмыс топтары тарапынан, сонымен қатар бірінші кезекте еліміздің бизнес-қоғамдастықтары тарапынан да белсенді жұмыс жүргізілу қажет.

Әдебиеттер тізімі:

1. Нұрғалиева, А.А. Кәсіпкерлік: Оқу құралы. - Алматы: Экономика, 2016. - 276 б.
2. "Бастау Бизнес" жобасы аясында кәсіпкерлік негіздерін оқыту "Атамекен" ҰКП. - Астана: Шаңырақ-Медиа, 2018. - 250 б.

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДА КОММЕРЦИЯЛЫҚ БАНКТЕРДІҢ ҚАРЖЫЛЫҚ ТҰРАҚТЫЛЫҒЫН ҚАМТАМАСЫЗ ЕТУ

Канаев А.Б., Койчубаев А.Б.

Л.Б.Гончаров атындағы Қазақ автомобиль-жол институты, Қазақстан

Мақалада Қазақстандағы екінші деңгейлі банктердің қаржылық тұрақтылығын қамтамасыз ету мәселелері қарастырылған. Екінші деңгейлі банктердің тұрақты дамуы маңыздылығы жоғары болып табылады. Қазақстанның банктік секторындағы қаржылық тұрақтылық мәселелері банк

өтімділігінің шектеулілігі, проблемалы несиелердің артуы, капитализацияның жеткіліксіздігі болып қалуда. Банк секторы ел экономикасы салаларында ақша қаражаттарының үздіксіз қозғалысын қамтамасыз ететін негізгі буын қызметін атқарады. Банк секторының тұрақтылығын сақтау кез келген ел үшін маңызды мәселе. Екінші деңгейлі банктердің қазіргі жағдайына талдау жүргізілген және банк секторының тұрақсыздығын туындататын факторлар анықталған. Банк секторының тұрақтылығын қамтамасыз етудің және нығайтудың негізгі бағыттары берілген.

Елдің банк секторының дамуы ел экономикасының өсімімен айқындалады. Қазақстанда банк секторының қаржы нарығындағы қызметтерін зерделеу экономика ғылымында да, ел экономикасының даму бағдарын анықтауда да әрдайым маңызы ерекше. Банк секторы ел экономикасындағы уақытша бос ақша қаражаттарын нақты экономика салаларында үздіксіз қозғалысын қамтамасыз ететін негізгі буын болып табылады. Қазіргі жаһандық дағдарыстар мен әлемдік интеграцияның даму жағдайларында банк секторының бәсекелі нарықта қаржылық тұрақтылығын сақтау және нығайту маңызды мәселе болып саналады.

Екінші деңгейлі банктердің клиенттердің салымдарын тару деңгейі мен несиелік портфелінің сапасының жоғары деңгейде болуы оның қаржылық жағдайын тұрақтылығын қамтамасыз етумен қатар, елдегі экономикалық жаңғырулар мен қайта құрулардың қозғаушы тетіктерінің негізгісі болып табылады.

Қазіргі кезде елдегі екінші деңгейлі банктердің қаржылық жағдайларына талдау жасау және олардың жұмыстарына қадағалау жасау банктік басқаруда ең маңызды сала болып есептеледі. Сондықтан екінші деңгейлі банктердің қаржылық жағдайын зерттеу мен талдау оның экономикалық-қаржылық үдерісінің болашақ кезеңдердегі дамуын айқындайды, яғни банктің қаржылық тұрақтылығын сақтауы, сондай-ақ банктің болашақ табыс алуы оның депозиттік және несиелік саясатын дұрыс орнатуымен тығыз байланысты.

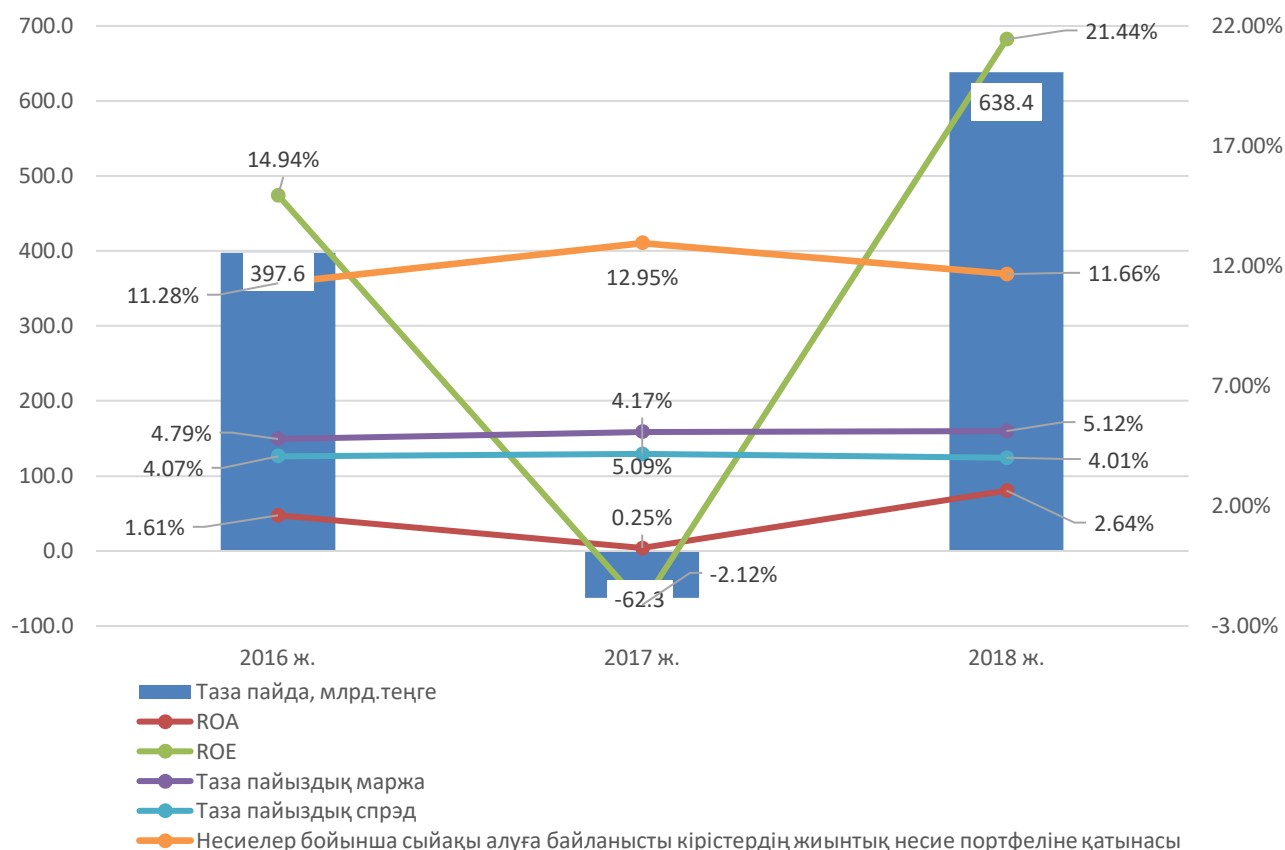
Мақалада қаржы нарығындағы банк секторының даму жағдайын талдауда салыстырмалы талдау әдістері қолданылды. Сонымен қатар ақпараттық база ретінде ҚР ҰБ статистикалық мәліметтері алынды.

Кез келген екінші деңгейлі банкте қаржылық қызметтерін басқарудың негізгі мақсаты банктің тұрақтылығын қамтамасыз ететін сапалы несиелік портфелін қалыптастыру және тиімді депозиттік саясат жүргізу болып табылады. Банк қызметін басқарудағы негізгі міндеттер: ағымдағы кезеңдегі табыстың жоғары деңгейін және алдағы уақыттарда күтілетін табыстың жоғары түсімін қамтамасыз ету; несиелік портфелдің сапасын арттыру арқылы несиелік тәуекелін төмендету; банк өтімділігінің талап етілетін деңгейін сақтау; клиенттердің салымдары мен несиелік портфелі арасында ортақ тиімділікті орнықтыру.

ҚР банк секторында 2019 жылғы 1 қаңтардағы жағдай бойынша 28 банк қызметтер көрсеткен, ал сәйкесінше 2018 жылы 1 қаңтарда 32 банк, 2017 жылғы 1 қаңтарда 33 банк жұмыс жүргізген. Банк секторы активтерінің ЖІӨ-дегі үлесі 2019 жылғы 1 қаңтардағы жағдай бойынша 43,3%, несиелік портфелінің

ЖІӨ-дегі үлесі – 23,6%, клиенттер салымдарының ЖІӨ-дегі үлесі – 29,3% болса, ал 2018 жылы 1 қаңтардағы жағдай бойынша сәйкесінше – 49,9%, 28,1% және 34,5% болған [1].

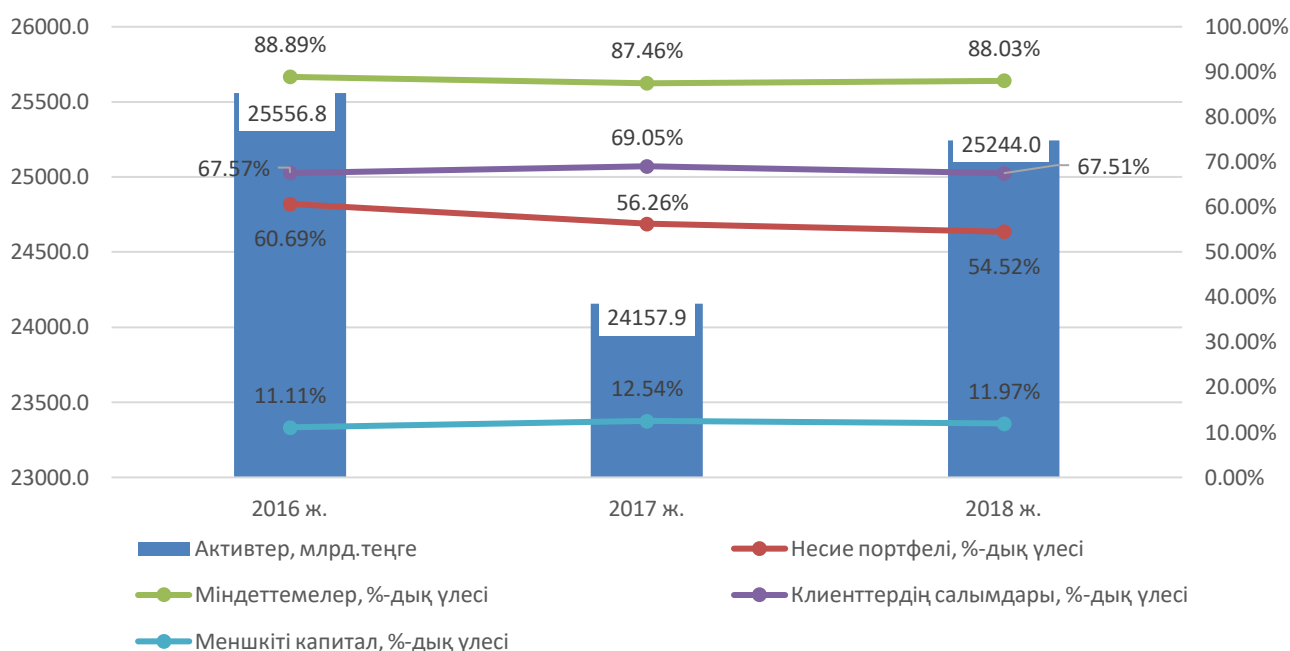
ҚР банк секторының табыстылық көрсеткіштері келесі 1-суретті берілген.



Сурет 1. ҚР ЕДБ-нің табыстылық көрсеткіштері
Ескерту: ҚР ҰБ мәліметтері негізінде авторлармен жасалған

Жалпы еліміздегі екінші деңгейлі банктердің таза пайдасы 2016 жылы 397,6 млрд.тенге құраған, 2017 жылды 62,3 млрд.тенгеге шығынды аяқтаған, ал 2018 жылы таза пайдасы 658,4 млрд.тенге болды. Активтердің рентабельділік коэффициенті 2016 жылы 1,61 пайыз, 2017 жылы теріс мәнді 0,25 пайыз, ал 2018 жылы 2,64 пайыз болды. Меншікті капиталдың рентабельділік коэффициенті 2016 жылы 14,94 пайыз, 2017 жылы теріс мәнді 2,12 пайыз, ал 2018 жылы 21,44 пайыз болды.

ҚР екінші деңгейдегі банктерінің активтері 2017 жылғы 1 қаңтардағы жағдай бойынша 25556,8 млрд.тенге болса, 2018 жылғы 1 қаңтардағы жағдай бойынша 5,5 пайызға кеміп, 24157,9 млрд.тенгені құрады, ал 2019 жылдың 1 қаңтардағы жағдай бойынша бұл көрсеткіш 4,5 пайызға артып, 25241 млрд.тенге болды (Сурет 2).



Сурет 2 . ҚР ЕДБ-нің активтері мен пассивтерінің құрылымы
Ескерту: ҚР ҰБ мәліметтері негізінде авторлармен жасалған

Екінші деңгейлі банктердің міндеттемелер жиынтығында басым үлесті клиенттердің салымдарының соммасы иеленеді. Екінші деңгейлі банктердің міндеттемелер жиынындағы клиенттер салымдарының үлесі 1.01.2017 жылы 60,69 пайыз болса, 1.01.2018 жылы 56,26 пайыз, 1.01.2019 жылы 54,53 пайыз болып, қарастырылған жылдар ағымында бұл көрсеткіштің төмендеу үрдісін байқауға болады. Дегенмен, несие портфелінің соммасы 2017 жылы 2016 жылғы 15510,8 млрд.тенгеден қарағанда 12,4 пайызға кеміп, 13590,5 млрд.тенге құрады, ал бұл көрсеткіш 2018 жылы 1,3 пайызға артып, 13762,7 млрд.тенге болды.

ҚР екінші деңгейлі банктердің несие портфелінің құрылымында 2018 жылы жеке тұлғаларға берілген несиелердің үлесі 36,3 пайыз болды, ал ШОБ субъектілеріне берілген несиелердің үлесі 33,2 пайызды құраса, заңды тұлғаларға берілген несиелердің үлесі 28,5 пайызды құраған.

ҚР екінші деңгейлі банктердің несие портфелінде қарастырылған 2016-2018 жылдар ағымында заңды тұлғаларға берілген несиелер мен ШОБ субъектілеріне берілген несиелер соммасының жылдан жылға кему үдерісін көруге болады. Ал жеке тұлғаларға берілген несиелер 2016 жылдан 2017 жылға қарай 13,7 пайызға, 2017 жылдан 2018 жылға қарай 17,2 пайызға арту үдерісін байқауға болады. Бұл, еліміздегі шаруашылық жүргізуші субъектілерге қарағанда жеке тұлғалардың несие алу белсенділігінің басым екендігін білдіреді.

ҚР ҰБ-нің талдау мәліметтерінен, 2016 жылға дейін екінші деңгейлі банктердің несиелеу қарқынының арту үрдісін көрсетсе, 2017 жылдан бастап несиелеу қарқынының қысқару үрдісін байқауға болады. Бұл, бір жағынан, экономика секторларының іскерлік және кредиттік белсенділігінің төмендеуі,

халықтың нақты кірістерінің қысқаруы салдарынан болса, екінші жағынан, банктердің несиесі тәуекелін толық негізделген қадағалауы есебінен несиесі портфельдерінің сапасын арттыруға бағытталған жұмыстарының нәтижесі деп бағалауға болады.

Қазақстан Республикасы екінші деңгейлі банктердің несиесі портфелінде төлеу мерзімі 90 күннен асқан берешегі бар үмітсіз несиелер үлесі 2016 жылы 6,7 пайыз, 2017 жылы 9,3 пайыз, 2018 жылы 7,4 пайыз болып, мұндай қарыздарды ХҚЕС бойынша провизиялармен жабу коэффициенті сәйкесінше 72,2 пайыз, 89,2 пайыз және 75,1 пайыз болды. ҚР екінші деңгейлі банктердің тәжірибесінде NPL90+ бойынша NPL90+ қарыздарының жиі пайда болуы және олардың қайтадан стандарттылар санатына қайтарылуы байқалды. 2017-2018 жылдары несиесі төлеуге қабілетті несиесі алушылардың сапасын арттыру салдарынан экономикалық белсенділікті қайтадан қалпына келтіру бойынша банктердің несиелік портфелінің сапасын жақсарту белгілерін байқауға болады.

Қазақстан Республикасы екінші деңгейлі банктердің активтері жиынтығында басым үлесті клиенттерге банктердің берген қарыздарының соммасы иеленеді. Екінші деңгейлі банктердің активтер жиынындағы несиесі портфелінің үлесі 1.01.2017 жылы 67,5 пайыз болса, 1.01.2018 жылы 69,05 пайыз, 1.01.2019 жылы 67,51 пайыз болды. соммасы 2017 жылы 2016 жылғы 17268,6 млрд.теңгеден қарағанда 3,4 пайызға кеміп, 16680,5 млрд.теңге құрады, ал бұл көрсеткіш 2018 жылы 2,2 пайызға артып, 17043,0 млрд.теңге болды [2].

Клиенттердің салымдары жиынында заңды тұлғалардың салымдарының үлесі 2016 жылы 54,2 пайыз (9360,8 млрд.теңге), 2017 жылы 50,7 пайыз (8 453,6 млрд.теңге), 2018 жылы 48,5 пайыз (8 272,0 млрд.теңге) болып, жылдан жылға азаю үрдісі байқалады. Заңды тұлғалардың шетел валютасындағы салымдарының үлесі жылдың басындағы 2016 жылы 46,6 пайыз, 2017 жылы 42,9 пайыз, 2018 жылы 45,8% пайыз болды.

Екінші деңгейлі банктердің клиенттердің салымдары жиынында жеке тұлғалардың салымдарының үлесі 2016 жылы 45,8 пайыз (7907,8 млрд.теңге), 2017 жылы 49,3 пайыз (8 226,9 млрд.теңге), 2018 жылы 51,5 пайыз (8 771,0 млрд.теңге) болып, жылдан жылға арту үрдісі байқалады. Жеке тұлғалардың шетел валютасындағы салымдарының үлесі жылдың басындағы 2016 жылы 62,2 пайыз, 2017 жылы 52,4 пайыз, 2018 жылы 47,7% пайыз болды [3].

Қазақстанның қаржы нарығындағы банк секторының болып жатқан әлемдік қаржылық және экономикалық өзгерістерді қабылдауда тәуекел деңгейін сақтамау салдарынан, қаржылық тұрақсыздық жағдайында болған [4].

Бұл олардың бірқатар басымды проблемаларының бар екендігі анықталды:

- екінші деңгейлі банктердің несиелеу портфеліндегі басымдықтары компаниялардың инвестицияларына емес, жеке тұтынушылардың сұранысына, әсіресе тұтынушылық несиесі түріне негізделген экономикалық өсудің құрылымындағы теңгерімсіздіктің болуы;

- ірі кәсіпорындарға көрсетілетін қызметтер жиынтығының шектеулі болуы және банктердің көлемді инвестициялық жобаларды қаржыландыру үшін қажетті ресурстардың ауқымды көлемін дербес жинақтай алмауы

экономиканы дамытудың басым бағыттарын, оның ішінде шағын және орта кәсіпкерлікті қаржыландырудың, көбіне, мемлекет бөлетін ресурстарға тәуелділіктің жоғары болуы;

- банк өтімділігінің төмен деңгейі, қайта қаржыландыру тетіктерінің дамымауы жағдайында банк жүйесін бөлшек қорландыру жағына қарай басымдық беру жүйені салымшылар «көңіл-күйінің ауысуы» тәуекелдеріне ұшырағыш болуы;

- жұмыс істемейтін қарыздар көлемінің жоғары болуы банк секторының макроэкономикалық орта өзгерістеріне, жекелеген нарықтардағы ахуалға икемді ден қою мүмкіндігін төмен болуы;

- экономиканың долларлануы салдарынан банктің депозиттерінің басым бөлігінің шетел валютасында, несиелік портфелінің басым бөлігінің ұлттық валютада болуымен байланысты банк секторындағы активтер мен пассивтерінің валюталық құрылымы бойынша сәйкес келмеуі.

Дегенмен, қазақстандық екінші деңгейлі банктер ҚР ҰБ белгілеген нормативтерді сақтау арқылы өз қызметтерін жүргізеді. Бұл, өз кезегінде, банктің қызметін қадағалаумен қатар, банктің қаржылық жағдайының нашарлауының алдын алуына да ықпал етеді.

Банк секторының қаржылық тұрақтылығын қамтамасыз ету бойынша келесідей бағыттары ұсынуға болады:

- банктің нарықтағы несиелеу позициясын нығайту, берілетін несиелеу түрлерін әртараптандыру және кепілдендірілген несиелер беру жүйесін дамыту есебінен несиелік тәуекел дәрежесін төмендету,

- нарықта сенімді корпоративтік клиенттерді тарту бойынша маркетингтік шараларды жүргізу;

- банктің интернет-банкинг бойынша ұсынылатын қызметтер түрлерін арттыру арқылы қосымша табыстар түсуін қамтамасыз ету.

Екінші деңгейлі банктердің қаржы нарығындағы қызметтері елдегі компаниялардың экономикалық жағдайларына және халықтың өмір сүру деңгейлеріне, банк клиенттерінің төлем қабілеттіліктеріне тікелей байланысты.

Сонымен қатар, банктің ұсынатын несиелерінің құны, яғни пайыздық мөлшерлемесі тұтынушылардың жағдайын сәйкес келуі де банктің өнімдеріне деген сұранысты арттыруы мүмкін. Қазақстанда қалыптасқан жағдай, банк үшін де, банк несиелік ресурстарын тұтынушы компаниялар мен жеке тұлғалар үшін де тиімсіз екені сөзсіз. Осындай екі жақты мүдделердің теңдестірілмеуі салдарынан қазақстандық банктердің барлығында дерліктей жұмыс істемейтін несиелер үлесінің жоғарылауы байқалады. Сонымен қатар, банктің несиелеу жүйесінің тиімсіздігінен банкте қаржылық тұрақсыздық жағдайы басталуы мүмкін, ал бұл өз кезегінде, қазақстандық банктерге клиенттердің сенімсіздігіне алып келіп, клиенттердің бос ақша құралдарын банктерге салымдар ретінде ұстауынан бас тарту жағдайларына алып келеді. Сондықтан, банктің несиелік портфелінің сапасын жақсарту үшін, ең алдымен, өнімінің, яғни несиелік ресурстарының пайыздық мөлшерлемелері бойынша ретке келтірілген жүйесін қалыптастыруы керек. Қазақстанның екінші деңгейлі банктері ішкі және сыртқы инвесторлардың депозиттік салымдары үшін қаржы нарығының

инвестициялық тартымдылығын арттыру жұмыстарын жүргізулері керек.

Қазақстандық екінші деңгейлі банктер, ең алдымен, қаржы нарығындағы беделін арттыру арқылы салымшылардың, әсіресе корпоративтік салымшылардың сеніміне ие болуы керек.

Әдебиеттер тізімі:

1. Қазақстан Республикасы банк секторының ағымдағы жағдайы 01.01.2019 ж. – <https://nationalbank.kz/cont>

2. Несие портфелінің құрылымы мен сапасы туралы мәліметтер – <https://nationalbank.kz/?docid=3540&switch=kazakh>

3. Салымдардың құрылымы туралы мәліметтер – <https://nationalbank.kz/?docid=3541&switch=kazakh>

4. Қазақстан Республикасының қаржы секторын дамытудың 2030 жылға дейінгі тұжырымдамасын бекіту туралы. 29.08.2014 ж. №954 Қазақстан Республикасы Үкіметінің Қаулысы – <http://adilet.zan.kz/kaz/docs/P1400000545>

ҚР-ДА ИННОВАЦИЯЛЫҚ ҚЫЗМЕТТІ МЕМЛЕКЕТТІК РЕТТЕУ ЖӘНЕ ҰЙЫМДАСТЫРУ

Сұлтангазиев Н. Е.

Л.Б.Гончаров атындағы Қазақ автомобиль-жол институты, Қазақстан

Мақалада нарықтық қатынастар жағдайында инновациялық экономиканы және оның жекелеген салаларын мемлекеттік реттеудің рөлі мен механизміне кейбір көзқарастар қарастырылады.

Экономика мен қоғамның өсіп келе жатқан маңыздылығымен Инновациялық процестерді мемлекеттік реттеу қажеттілігі артып келеді. Экономикалық өсу экстенсивті және қарқынды факторлардың үйлесуіне және экономикалық айналымға жаңа табиғи ресурстарды тартуға және еңбекке қабілетті халықтың көп жұмыспен қамтылуы есебінен өнім шығарудың өсуіне негізделеді.

Экономиканы мемлекеттік реттеу жүйесінде мемлекеттік сектор ерекше орын алады. Бір жағынан, ол мемлекет Өкілетті меншік иесі және кәсіпкер болып табылатын елдегі мемлекеттік реттеу объектісі ретінде әрекет етеді, ал екінші жағынан, коммерциялық секторға қатысты Үкімет қабылдаған бірқатар шаралар мен шешімдердің орындалуын қамтамасыз етеді немесе ұлт пен экономиканың мүдделеріне әсер етеді.

Ұтымды саясат болған кезде ғылыми-техникалық жетістіктерді енгізу халықтың негізгі бөлігінің өмір сүру деңгейін әлеуметтік тұрақтылық үшін аса қауіпті шектен тыс ұстап тұруға, тұтынылатын материалдық және материалдық емес игіліктер мен көрсетілетін қызметтер спектрін тұрақты кеңейту арқылы әлеуметтік сенімділікті қамтамасыз етуге, жеке адам мен қоғамның зияткерлік әлеуетін дамытуға, социумды тозудан қорғауға мүмкіндік береді [1,с.417].

Инновациялық саясат пен қорғаныс доктринасының өзара байланысын бірнеше негізгі бағыттар бойынша байқауға болады. Біріншіден, қазіргі

жағдайда қару-жарақ пен армияны ұйымдастыру, әскери психологияны қалыптастыру саласындағы тұрақты инновацияларсыз қорғаныс қабілетінің ең төменгі деңгейін қолдау мүмкін емес.

2021 жылы Инновациялық өнім көлемі 2020 жылмен салыстырғанда 334415,3 млн.теңгеге артып, 844 734,9 млн. теңгені құрады (2020 жылы – 398 959,2 млн. теңге, 2019 жылы – 445775,7 млн. теңге).

ЖІӨ - дегі инновациялық өнімнің үлесі 2021 жылы 1,91% - ды, 2020 жылы-1,59% - ды, ал 2019 жылы-0,95% - ды құрады.

Мемлекет тарапынан жүйелі күш-жігер жұмсау нәтижесінде инновацияларды дамыту Қазақстан Республикасы дамуының стратегиялық маңызды бағыты ретінде айқындалды [2,с.171].

1-кесте. Ғылымның жай-күйі мен дамуының негізгі көрсеткіштері

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Жалпы ішкі өнім, млрд. теңге	21 815,5	28 243,1	31 015,2	35 999,0	39 675,8	40 884,1	46 971,2	54 378,9	61 819,5
ҒЗТҚЖ-ға арналған ішкі шығындар, млн. теңге	33 466,8	43 351,6	51 253,1	61 672,7	66 347,6	69 302,9	66 600,1	68 884,2	72 224,6
Жалпы ішкі өнімнен ҒЗТҚЖ-ға ішкі шығындардың үлесі, %	0,15	0,15	0,16	0,17	0,17	0,17	0,14	0,13	0,12

2021 жылы ғылыми-зерттеу және тәжірибелік-конструкторлық жұмыстарға жұмсалған ішкі шығындар 72 224,6 млн. теңгені құрады (2020 жылы – 68 884,2 млн.теңге,2019 жылы– 66 600,1 млн. теңге), олардың ЖІӨ-дегі үлесі-0,12%.

2020 жылы өнімдік және процестік инновацияларға арналған шығындар (технологиялық инновацияларға арналған шығындар) 899 681,8 млн. теңгені құрады (2019 жылы – 1 528 645,9 млн. теңге, 2018 жылы - 655 361 млн.теңге). Мемлекеттік инновациялық саясат шараларын инновацияларға қолайлы әлеуметтік-экономикалық орта құруға және тікелей және реттеуші инновациялық процестерге бөлуге болады [3, с.71].

Сонымен қатар, мынадай проблемалар бар:

- инновациялардың құрамдас бөліктерін және өнеркәсіпте, университеттерде және мемлекеттік секторда инновацияларды қалай дамыту керектігін жеткіліксіз түсіну;

- инновация жолындағы әкімшілік кедергілер;

- инновацияларға сұранысты қамтамасыз етудің тиімді тетіктерінің болмауы;

Мұның бәрі экономиканың дамуына инновациялардың үлесін айтарлықтай шектейді.

Бұл проблемаларды шешу үшін өңірде неғұрлым тартымды инвестициялық ахуал қалыптастыру, оның ішінде ЭЫДҰ стандарттарына сәйкес үздік әлемдік практиканы ескере отырып, Қазақстанды өңірлік

инвестициялық хабқа айналдыру, сондай – ақ өңдеуші секторға инвестициялардың төмендеуіне жол бермеу елді индустриялық-инновациялық дамытудың негізгі бағыттары болып табылады [4,с.191].

Елді индустриялық-инновациялық дамыту жөніндегі негізгі міндеттердің бірі қосылған құны жоғары өнім өндіретін бәсекеге қабілетті кәсіпорындар құру арқылы экономиканы әртараптандыру болып табылады. Бұл ретте дамыған инфрақұрылымға, тұрақты заңнамаға және басқару жүйесіне негізделетін арнайы экономикалық аймақтарды (АЭА) дамыту инвестициялар тарту мен жоғары технологиялық өндірістерді дамытудағы маңызды құрал болып табылады.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1. Друкер П. Энциклопедия менеджмента. М.; СПб.; К.: Вильямс, 2004. 270 с.
2. Морозов Ю.П. Инновационный менеджмент: учеб. пособие. / Ю.П. Морозов. М.:Юнити-Дана, 2001. 446 с.
3. Шумпетер Й.А. Теория экономического развития. М.:Директмедиа Паблишинг, 2008. 455 с.
4. Қазақстан Республикасы Инвестициялар және даму министрлігінің 2020 жылғы "29" желтоқсандағы 2020-2023 жылдарға арналған стратегиялық жоспары.

Секція 7
***Актуальні аспекти економічної діяльності у сфері
фізичного виховання та спорту***

**PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF THE ECONOMICS OF
UKRAINIAN SPORT**

Christosov Igor
Scientific adviser: Romanenko O.
Kharkiv National Automobile and Highway University

The population of most countries, including Ukraine, has significantly increased interest in recent years, both in their own sports activities (active sports) and in passive consumption of sports (sports for spectators).

Sport has become an important sector of the economy, it has attracted significant financial resources and a large amount of labor. Now it has become possible to earn good money in sports. New models of sports management and its financing are constantly being improved and developed. At the same time, in Ukraine, competition is intensifying over budget funds on the one hand and sports professionalization on the other. This leads to the fact that the sport must learn independently, benefit from the resources at its disposal.

This applies to all its spheres: spectator sports, professional sports, sports unions and clubs, commercial offer or state and regional government.

As a result of these processes, it becomes clear that sport needs not only professional athletes and coaches, but also professional economists, managers, lawyers, sociologists.

As for the commercial offer of sports as a commodity, we can highlight the following rapidly evolving sports markets today:

- the market of profit-oriented sellers of sports services, represented by numerous health, sports, sports studios, schools, sections and halls;
- market of sellers of sports simulators, equipment, clothes. This market is developing not only because the interest in sports itself is growing, but also because sportsmanship and sports style are integral components of modern life;
- the market of sports events and commercially organized sporting events held by clubs, federations, the Olympic Committee (Olympic Games, championships, tournaments, memorials, etc.);
- the market of sports sponsorship and advertising.

Since sport in many of its manifestations is very clearly classified from the economic and managerial points of view, a lot of economic theory and management theory can be applied in sports.

As a result of these processes, it becomes clear that Ukrainian sport is much more than events with records, victories and medals, coaches and athletes.

Ukrainian sport - part of the economy and its management in the professional, commercial, or any other field requires appropriate specialists, methods and forms.

Література:

1. Галкин В. В. Экономика спорта и спортивный бизнес : учебное пособие. М. : КНОРУС, 2006. 320 с.
2. Иглин А.В. СПОРТ И ЭКОНОМИКА: *Вестник Московского финансово-юридического университета*. 2018. № 3. С. 77-87.
3. Литвин А. В. Экономика спорта: теоретический аспект и перспективы развития. Проблемы и перспективы развития физической культуры и спорта в Восточно-Сибирском регионе (экономический аспект) материалы межрегиональной научно-практической конференции. 2015. С. 22-33.

АКТУАЛЬНІ АСПЕКТИ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У СФЕРІ ФІЗИЧНОГО ВИХОВАННЯ ТА СПОРТУ

Анахіна І. О.

Науковий керівник: Семенов А. І.

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Перетворення вищої освіти та вступ України до європейської освіти, призвели до зростання вимог у випускників вищих навчальних закладів в умовах ринкової конкурентної боротьби. У разі фізкультурно-спортивний рух є значним компонентом соціально-культурного життя соціуму й багато функціональним явищем, що займає значне місце у фізичній та духовній культурі. Воно робить безумовно великий внесок у економіку нашої країни. Загальний стан цієї сфери та становлення залежить від організації результативної структури управління нею [1].

У сучасних умовах трансформації економіки найважливішим завданням стає формування гнучкої системи менеджменту фізкультурноспортивної організації, яка повинна мати таку систему управління, яка забезпечить їй високу результативність, конкурентоздатність та велику стійкість на ринку.

Функції управління у сфері фізичного виховання – це напрями управлінської діяльності, які дозволяють здійснити управлінський вплив [2].

Керівництво сферою фізичного виховання та спорту виконуються органами публічної влади на рівні двох гілок влади: представницької та виконавчої. Кажучи про систему ведення сферою фізичного виховання та спорту, слід зазначити, що вищими органами управління всіма сферами суспільства є Президент та Уряд держави, що становлять виконавчо-розпорядчий орган держави та надають практичний розвиток сфери фізичного виховання та спорту одночасно з розвитком інших сфер.

Президент України опублікує укази та розпорядження з сучасних питань розвитку фізичного виховання та спорту, туризму.

Значну групу керівних громадських організацій становлять Спортивні федерації. Основними завданнями яких, є:

- залучення широких верств населення до фізкультурно-оздоровчої та спортивної діяльності, підвищення майстерності спортсменів;
- участь у розробленні та виконанні програм розвитку виду спорту;

- організація спортивних та інших заходів серед своїх членів;
- участь у підготовці професійних кадрів;
- сприяння розвитку та зміцненню міжнародних спортивних зв'язків.

Спортивна федерація може набути міжнародного чи українського статусу. Національна спортивна федерація може отримувати від країни матеріальну допомогу на діяльність, передбачену його статусу. Федерації є правовою особою та виконують завдання підготовки спортсменів, тренерів, суддів; підтримка вдалих виступів на Олімпійських іграх, чемпіонатах Світу або Європи, інших змаганнях міжнародного та обласного типу; громадського захисту спортсменів, тренерів, піклування про ветеранів; агітації видів спорту та самого спорту [1].

Маючи законодавчо гарантовані економічні права, держава має досягти суттєвого економічного впливу на сферу фізичної культури та спорту. В тому, цього не відбувається в практичному житті, оскільки країна дійсно не в змозі підкріпити отриману владу відповідними фінансовими надходженнями. Дані за останні роки стверджують про наявність позитивних тенденцій у фінансовій гарантії сфери фізичної культури та спорту України.

Спортивні стипендії – одна із форм фінансової підтримки студентам із малозабезпечених сімей. Але велика кількість студентів спортсменів, які завжди готові під час навчання брати участь у спортивних змаганнях за команди своїх навчальних закладів, мріють отримати спортивну стипендію. Не зважаючи на те, чи може сім'я цього студента сплатити за його навчання.

Можливі спортсмени коледжів/університетів прагнуть спортивних стипендій, тому що вони є ознакою, нагородою та символом якогось статусу («майже професіонала»). Цей статус показує іншим студентам, що коледж/університет зацікавлений у них, так само як вони прагнуть навчатися в цьому коледжі/університеті.

Усі великі організації, які у середовищі фізичного виховання і спорту, можна розбити на відносні групи за ознаками своєї діяльності. Це державні та недержавні; комерційні та некомерційні; які проводять обов'язкові заняття та заняття фізичною культурою на добровільних засадах; організації, які виробляють товари, надають послуги та ін. Комерційні - основною метою діяльності мають отримання прибутку. Не комерційні - не розглядають отримання прибутку[3].

У сучасній фаховій літературі існують різні точки зору щодо тлумачення термінів «управління» і «менеджмент». В обох видах діяльності є багато спільного, однак термін «управління» має більш широке значення (наприклад, управління сферою), а термін «менеджмент» використовується, коли йдеться про управління діяльністю організацій (наприклад, менеджмент спортивної організації). Найбільш розповсюдженими концепціями сучасної теорії управління є системний, процесний та ситуаційний підходи. Сфера фізичного виховання і спорту України є відкритою, динамічною, цілісною, цілеспрямованою, ієрархічною та структурною системою [2].

Література:

1. Городинська І.В. Управління фізичною культурою і спортом: навчальний посібник. Херсон: Вид-во ХДУ, 2010. 112 с.
2. Кузьмін О.Є. Сучасний менеджмент: навчально-прикладний посібник. Львів: Центр Європи, 1995. 118 с.
3. Мічуда Ю.П. Сфера фізичної культури і спорту в умовах ринку Київ: Олімпійська література, 2007. 216 с.

ФУТБОЛЬНІ МЕНЕДЖЕРИ УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ

Василенко О.С.

Науковий керівник: Кірсанов М.В., викладач

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

В Україні на початку 1990-х років стосунки клубів з футболістами регулювалися переважно усними домовленостями, а сторони навіть не укладали контрактів. Почасти втручався у справи і криміналітет, який мав великий вплив на спорт на пострадянському просторі.

Разом з великими коштами у середині 2000-х років прийшли агенти й в український футбол. Зараз вже важко знайти відомого гравця в якого не було б власного агента. Принесли посередники й чимало негативу.

Коли українські клуби "смітили" грішми до них привозили чимало іноземних футболістів сумнівного рівня. Менеджмент клубів банально нагрівав руки, отримуючи від агентів відкати за ці трансфери.

Попервах не надто рахували гроші й вітчизняні гравці. За словами російського агента Кахора Мумінова, деякі українські футболісти свого часу співпрацювали з його відомим ізраїльським колегою Деннісом Лахтером на кабальних умовах. Вони віддавали йому 30 відсотків своїх заробітків. А клієнтами Лахтера були Андрій Ярмоленко, Роман Зозуля, Олександр Алієв.

Зараз найвпливовішим українським футбольним агентом є Вадим Шаблій, який веде справи більшості футболістів збірної України – в тому числі й Андрія Ярмоленка, трансферна вартість якого оцінюється у 19 млн євро, Тараса Степаненка, Євгена Хачеріді. А от Євген Коноплянка співпрацює з іспанською агенцією PromoSport BCN.

Втім, вплив українських агентів переважно обмежується внутрішнім ринком. Вони здатні ефективно вести переговори з власниками клубів та вибивати для своїх клієнтів вигідні умови контрактів, проте влаштувати футболістів у топові закордонні клуби неспроможні.

Приміром, той же Ярмоленко наприкінці 2015 року підписав новий контракт з "Динамо" з неймовірною для України зарплатнею у \$5 млн на рік, проте у свої 27 років досі не отримав реальної пропозиції від жодного європейського топ-клубу.

Агенти здатні не лише вибити для своїх клієнтів "казкові" контракти, але й зруйнувати футболістам кар'єру. Показовий приклад із Романом Зозулею,

якого його агент Володимир Кузьменко влаштував у іспанський клуб "Райо Вальєкано", де українець, що належить "Бетису" мав грати на правах оренди.

З'ясувалося, що проти цього переходу виступають ліворадикально налаштовані фани "Райо", які звинуватили Зозулю у неонацизмі через його волонтерську діяльність та підтримку української армії.

Звичайно, футболіст у Мадриді не залишився та повернувся до "Бетису", але до кінця чемпіонату за цей клуб не може грати через те, що вже здійснив впродовж сезону три дозволені регламентом переходи.

А коли ФІФА врешті дозволила українцеві перейти в один з чемпіонатів, який розпочинається навесні, його агент виявився нездатним його працевлаштувати,

Аж ніяк не всі українські зірки футболу пов'язані контрактами з агентами. Так, справи Чигринського веде його брат, Коноплянки – батько. Втім, що один, що інший делегують право пошуку клубів і переговорів різним агентам, так що витримати на 100% принцип "все – в сім'ю" в цій справі складно. Серед найвпливовіших агентів українського ринку – Андрій Головаш, який зробив собі ім'я на вдах трансферах Вороніна. Зараз серед його клієнтів також Хачеріді, Гармаш, Рибка, Юрченко, Олійник, брати Яковенко. На ЧС-2006 у складі збірної України було 8 гравців Шандора Варги. З тих пір це представництво збідніло. Проте його вага в нашому футболі і раніше значний. Варга веде Ротаня. Його клієнта Блохіна біля керма "Динамо" змінив його ж клієнт – Ребров. За деякими даними, зараз Шандор консультує власника "Металіста" Курченка. Тим часом набирає обертів агентська компанія у складі Онищенка, Панкова і Шаблія. Перехід Мілевського в "Хайдук" – їхня робота. Серед їхніх клієнтів також Гусєв, Громов, Селін, Фомін, Бабатунде.

Література:

1. Золотов М.И. Менеджмент и экономика физической культуры и спорта. М. Академия. 2004. С. 215.
2. Михайлова Т.В. Эффективность деятельности тренера и определяющие ее факторы. Теория и практика физической культуры. 2007. № 1. С. 34-38

ТРАНСФЕРУ У ФУТБОЛІ

Даньшин М.Ю.

Науковий керівник: Алієв Р.А., викладач

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Ми вже звикли, що кожні півроку клуби здійснюють гучні покупки, витрачаючи на нових гравців мільйони доларів.

Нещодавно з'явилася інформація про перше придбання футболста за біткоїни. Турецький Арунустаспор заплатив за 22-річного Омєра Фарука 2500 в криптовалюті.

У кінці 19-го століття, коли професійний футбол тільки зароджувався, переходи гравців із клубу в клуб були цілком собі звичайною справою.

Сьогодні ти граєш за одну команду, а через місяць бігаєш вже за інших. Особливо це не регламентувалося. Але в 1893-му році Англійською Футбольною Асоціацією було прийнято нове правило, згідно з яким всі гравці зобов'язані були реєструватися в Асоціації. Незареєстрований футболіст не мав права виходити на поле. Гравці також не мали права без дозволу Асоціації переходити з клубу в клуб.

Англійська футбольна ліга пішла ще далі, заборонивши переходи гравців без згоди попереднього клубу. Тепер футболіст, підписавши контракт, ставав фактично клубною власністю, не маючи права самостійно вирішувати свою долю.

Саме ці нововведення і послужили початком історії трансферів у футболі, перший із яких не змусив себе довго чекати. Уже в тому ж 1893-му році англієць Джек Саутворт перейшов із Блекберн Роверс в Евертон за 400 фунтів стерлінгів. Вважається, що це перший в історії футболу трансфер, коли за гравця були заплачені гроші. Невелика за теперішніх часів сума насправді в той час була цілком пристойними грошима. Зарплати гравців тоді рідко перевищували один фунт на тиждень, а повністю розпродані квитки на матч приносили клубу 300-400 фунтів доходу.

За Евертон Саутворт, що був на той момент одним з кращих бомбардирів чемпіонату і футболістом збірної Англії, провів 1 сезон, у 22 іграх забив 27 голів. При цьому 9 із них він провів у Boxing day - 3 м'ячі у ворота Вулвергемптона і 6 у ворота Вест Бромвіч Альбіона, що до сьогодні є рекордом клубу. Наступний сезон Саутворт почав, забивши 9 голів у 9-ти іграх, але отримав важку травму, через яку завершив свою кар'єру.

Після футболу Джек Саутворт відновив свої заняття музикою і став професійним скрипалем, працюючи в манчестерському оркестрі Халле. Напевно, і не підозрюючи про те, що, через сто років після його переходу, суми трансферів стануть більше в тисячі разів.

До 1995 року багато європейських клубів мали квоти на іноземних гравців. Правило Босмана, ухвалене в 95-му, зняло обмеження на число гравців з інших європейських клубів, дозволивши їм переходити в інші команди, якщо термін контракту в них завершився.

Це відкрило можливості для вільної конкуренції на міжнародному ринку. А суми трансферів та кількість іноземних гравців почали невпинно зростати.

В 2016 році майже 70% футболістів англійської Прем'єр-ліги були іноземцями.

Сьогодні статки найкращих клубів продовжують зростати. Одна з причин - це дедалі більші прибутки з телевізійних трансляцій. 2016 року 20 клубів Прем'єр-ліги підписали трирічну угоду з телерадіокомпаніями на суму понад 13 млрд. доларів США.

Це - найприбутковіший контракт з телебаченням за всю історію професійного футболу. Британські телерадіомовні компанії BT та Sky сплачують Прем'єр-лізі понад 10 млн фунтів стерлінгів (12,9 мільйони доларів) за трансляцію кожної гри.

Збільшення купівельної спроможності дозволяє клубам виплачувати

більші трансфери. Минулого року клуби витратили на міжнародні трансфери більше, ніж будь-коли.

За даними FIFA, на 14 591 трансфер у 2016 році було сумарно витрачено 4,79 млрд доларів США, або в середньому близько 328 тисяч доларів за кожну угоду.

Дедалі більші суми трансферів "знищують конкурентну рівновагу", оскільки лише кілька найбагатших клубів, як-от "Манчестер Юнайтед", "Реал" або мюнхенська "Баварія", можуть дозволити собі придбавати елітних гравців. Завдяки цьому вони домінують у своїх лігах, тоді як бідніші клуби не можуть скласти їм конкуренцію.

Втім, дані FIFA свідчать, що коштовні трансфери далеко не такі поширені. Насправді, лише 14% міжнародних трансферів за минулий рік передбачали виплати гонорарів. Решта - це безкоштовні трансфери - в гравця завершується контракт, й він переходить до іншого клубу.

Література:

1. Коломієць А. Перші стадіони України. Перші кроки футболу України. Український футбол. 2009. 17 вересня (№ 136). С. 4
2. Пеле Э. Моя жизнь и прекрасная игра. Москва : Планета, 1989. 239 с

ПРОФЕСІЙНИЙ ТЕНІС В УКРАЇНІ

Довгань Д.В.

*Науковий керівник: Шевченко В.І., ст. викладач
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

У тенісі необхідне поєднання реакції і уваги, мозок швидко керує тілом, рішення про відповідні реакції повинно прийматися за частки секунди. Для людей нетренованих 3 місяці регулярних занять дадуть результат технічно перебивати м'яч через сітку з тренером, але гра з партнером навряд чи можлива. Якщо Ви займалися до цього ігровими видами спорту, наприклад футболом, баскетболом або волейболом, то ви маєте хорошу базу для великого тенісу. Зазвичай це відмінна робота ніг, почуття майданчика і реакція на м'яч.

Тренер з тенісу звичайно ж бачить здатності юних спортсменів. Ключовий фактор талановитості — здатність працювати до тих пір, поки не зітреться грань між природною обдарованістю та майстерністю. Школа тенісу для дітей — це можливість спробувати грати і вчитися техніки тенісу з дитинства.

Великий теніс діти люблять за непередбачуваність, за відчуття, коли виходить елемент над яким довго працював, коли виграєш тенісний турнір, то — яскраві емоції, які відчувають маленькі тенісисти залишаються назавжди.

Експерти впевнені, що заради успіху потрібно відмовитися від багатьох задовольень. Дитяча школа тенісу — це новий світ для дитини, в якому з'являться нові друзі, наставники і можливість проявити свій талант.

В Україні теніс завезли англійські купці, які в 1890 створили тенісні

клуби в Одесі і Таганрозі; згодом теніс поширився і по інших містах України, а в 1913 відбулися тенісні змагання у Києві. У 1920-их роках відбулися спершу показові тенісні матчі в Одесі, з 1930 року розпочалися змагання за першість України; їх продовжують і після 1945 року в категоріях командної першості, особистої — чоловіків, жінок, змішаних пар; влаштовуються також зимові змагання, змагання молоді тощо.

Дуже популярним в Україні стає великий теніс. В 2018 році українські тенісистки створюють сенсацію за сенсацією і стабільно піднімаються в світовому рейтингу: Еліна Світоліна (4 місце), Леся Цуренко (стабільно в топ-40) і дуже впевнено крокує молодь: 15-ти річна Марта Костюк вже 133-й номер, Ангеліна Калініна - 137-й. Молода 17-ти річна лучанка Катаріна Завацька зразу стрибнула на 63 (!!!) позиції і увійшла в топ-200, займає 197-ме місце рейтингу.

Жіночий теніс сьогодні популярний, як ніколи. Тенісистки привертають до себе увагу не тільки перемогами та високими результатами, а й своїми зовнішніми даними. Професійний теніс означає солідні гроші та великі контракти. Проте потрапити до тенісної еліти наразі дуже складно. Шлях нагору супроводжується багатьма труднощами.

Основний заробіток професійних тенісисток зараз не призові, які вони одержують за свої виступи на турнірах. Їх основний дохід надходить від рекламних контрактів. Це спортсменки, які постійно на виду.

Загалом, для того, щоб потрапити в ряди тенісних професіоналів, потрібно пройти довгий і тернистий шлях від турнірів та чемпіонатів на аматорському рівні до другорядних турнірів нижчої категорії. Адже відрив між аматорським та професійним тенісом, як у будь-якому спорті, існує значний. Для того, щоб потрапити до сотні найкращих світового тенісу потрібно пройти неймовірно важкий шлях. І тут молодим тенісисткам дуже важко витримати, насамперед у психологічному плані. Адже можеш усюди програвати, а участь у турнірах буде забирати і забирати великі гроші

Найкраща тенісистка України та 5-й номер світового рейтингу Жіночої тенісної асоціації Еліна Світоліна розповіла, що її доходи від реклами наближаються до доходів від призових за 2017 рік Світоліна заробила рекордні для себе 3 263 316 доларів в якості призових. Також Світоліна зізналася, що зі світових брендів найбільші контракти у неї з компаніями Nike і Wilson.

Для того, щоби відрядити молодих тенісисток на великий шлях до професіоналів, потрібно вкласти досить багато коштів. До того ж, якщо однозначно поставити тільки на спорт, робити це в нинішній ситуації досить ризиковано. Крім того, існує і загроза травм, які, фактично, зводять нанівець усі зусилля молодих тенісисток. Але проблема не тільки в цьому. Існує гостра потреба у тенісних кортах, адже переважна більшість з тих, що є в країні, будується та використовується у приватних цілях.

Література:

1. Гуськов С. И., Платонова. В. Н. Профессиональный спорт . – К. : Олимпийская литература, 2000. – С. 316-348.
2. Мічуда Ю. Професійний спорт як різновидність підприємницької діяльності. Теорія і методика фіз. виховання. 2005. № 1. С. 30–36.

ДОСЛІДЖЕННЯ ЗМІСТУ ДІЙ І РОБІТ СПОРТИВНОГО МЕНЕДЖЕРА ЯК ПІДСТАВИ ДЛЯ ВИЗНАЧЕННЯ ЙОГО КОМПЕТЕНЦІЙ

Жеведь А.В., Семенова Т.Ю.

Науковий керівник: Водолажська Т.О., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Наразі одним із дієвих шляхів забезпечення високого рівня конкурентоспроможності та ефективності діяльності підприємств та організацій усіх галузей є оволодіння, набуття, посилення, розвиток та коригування стрижневих компетенцій співробітників – головного їх ресурсу. При цьому компетенціями є «сукупність знань, навиків, умінь, мотивів та цінностей, здібностей, особистісних якостей працівника у визначеній галузі» [1].

Для визначення загального переліку компетенцій працівника певної категорії чи посади в цілому та стрижневих компетенцій співробітників, зокрема, в науковій літературі [2] та практичній діяльності [3] застосовують низку різноманітних методів, яким властиві певні переваги та недоліки.

В результаті здійсненого дослідження сутності таких методів встановлено, що найбільш звільненим від таких «мінусів» є метод генерування ідей («злива ідей», від англ. *brainstorming*) - популярний метод висування творчих ідей у процесі розв'язування наукової чи технічної проблеми, сеанси якого стимулюють творче мислення.

Практичне його застосування здійснено при дослідженні змісту робіт та дій працівників як основи для визначення компетенцій на прикладі такої категорії як спортивний менеджер. В результаті встановлено, що спортивний менеджер протягом робочого дня виконував наступні види робіт :

1. Участь у нараді з підготовки до Відкритого чемпіонату громади з волейболу серед чоловіків;
2. Підготовка до турніру з боксу;
3. Складання плану відвідування закладів загальної середньої освіти міста та району з метою агітації;
4. Формування спортивної команди з футзалу;
5. Здійснення контролю за дотриманням техніки безпеки, виробничої санітарії, протипожежної безпеки;
6. Аналіз сучасного стану та пошук перспектив розвитку спортивних споруд, обладнання та інвентаря спортшколи;
7. Стороння розмова з керівником спорт школи.

Відповідно до кожного виду робіт методом генерування ідей виділено наступний перелік компетенцій спортивного менеджера :

1. Здібність застосовувати сучасні технічні засоби та інформаційні технології, вміння досліджувати попит на послуги фізкультури та спорту, знання специфіки певних видів спорту;
2. Аналітичні здібності, вміння організовувати роботу фізкультурно-спортивного закладу, знання діючої нормативно-правової бази фізичної культури та спорту;

3. Комунікбельність, прагнення до кар'єрного зростання, визнання престижності професії, знання методів та форм спортивної реклами, вміння досліджувати попит на послуги фізкультури та спорту;

4. Вміння досліджувати попит на послуги фізкультури та спорту, вміння вести переговори на різних рівнях, здібність переконувати, спостережливість;

5. Знання діючої нормативно-правової бази фізичної культури та спорту, навички «доводити справу до кінця», навички самоконтролю, надійність;

6. Вміння вести переговори на різних рівнях, навички використання розмовної іноземної мови, уважність;

7. Визнання престижності професії, прагнення до кар'єрного зростання, порядність, морально-етичні цінності.

При цьому встановлено, що із загального списку компетенцій спортивного менеджера стрижневими доцільно вважати наступні : знання специфіки певних видів спорту, вміння організовувати роботу фізкультурно-спортивного закладу, навички використання розмовної іноземної мови, відповідальність, визнання престижності професії, морально-етичні цінності, здібність застосовувати сучасні технічні засоби та інформаційні технології.

Застосовуючи даний метод генерування ідей можливим є визначення переліку компетенцій працівників інших категорій персоналу.

Література:

1. Водолажська Т.О., Жеведь А.О., Семенова Т.Ю. Визначення та оцінка ключових компетенцій менеджерів спортивної діяльності. The 6 th International scientific and practical conference “Innovations and prospects of world science” (February 2-4, 2022) Perfect Publishing, Vancouver, Canada. 2022. 1072 p. P. 872-882. URL: <https://sci-conf.com.ua/vi-mezhdunarodnaya-nauchno-prakticheskaya-konferentsiya-innovations-and-prospects-of-world-science-2-4-fevralya-2022-goda-vankuver-kanada-arhiv/>

2. Козирєва О.В., Ковальова В.І., Глєбова Н.В. Управління персоналом : навч. посіб. Х. : Видавництво Іванченка, 2021. 126 с.

3. Криштанович С. Процес формування професійної компетентності майбутніх менеджерів фізичної культури і спорту / С. Криштанович // Нова педагогічна думка. 2017. № 3(91). С. 65-70.

ОСОБЛИВОСТІ БАСКЕТБОЛЬНОГО БІЗНЕСУ

Захарченко В.І.

Науковий керівник: Безніс О.Є., ст. викладач

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

У Сполучених Штатах Америки баскетбол є одним з найулюбленіших та найпопулярнішим з видів спорту серед численних фанатів командних ігор. Не випадково в країні діє видатна баскетбольна ліга, яка збирає під свої знамена видатних баскетболістів сучасності. НБА - це найпрестижніша баскетбольна ліга в Північній Америці. Абревіатура повністю розшифровується, як

Національна Баскетбольна Асоціація. Ліга НБА має давню історію. Створена в 1946 році як чоловіча баскетбольна ліга в США, НБА донині є найбільш висококласною баскетбольною лігою в світі. Дана асоціація має 30 команд, які, в свою чергу, поділяються на дві конференції, а кожна конференція - на три дивізіони по 5 команд. Баскетбольні клуби проводять в регулярному сезоні 82 матчі, а далі йде стадія плей-офф (гри на виїзд - серії до чотирьох перемог). Для того, щоб потрапити в плей-офф, необхідно увійти до вісімки найсильніших команд конференції. У фіналі ліги НБА зустрічаються переможці плей-офф конференцій. Крім спортивного інтересу в лізі мають місце заробітки великих грошей. Але і витрачає асоціація пристойні суми, так як всі баскетбольні матчі влаштовуються, як грандіозне шоу. В НБА щорічно розігруються 12 нагород, крім головного призу (звання чемпіона НБА). Всі нагороди розподіляються між командами, тренерами і менеджерами. Ці трофеї вручають за різні заслуги перед асоціацією.

Крім проведення баскетбольних матчів, НБА влаштовує вікенд всіх зірок. Він являє собою гру за участю кращих баскетболістів світу. Проводиться грандіозне шоу, яке не залишить в розчаруванні жодного любителя цього виду спорту.

Клуби, що об'єдналися в лігу, ведуть між собою безкомпромісну спортивну боротьбу, а у бізнесі вони партнери, учасники одного підприємства. Професійний спорт, - як відмічав комісіонер НБА Д.Стерн, - являє собою дивовижну аномалію. Бізнес і прибуток в ньому залежить від виживання конкурентів. У звичайному ж бізнесі навпаки. Тобто, дивна для бізнесу ситуація: власники провідних команд не зацікавлені в тому, щоб їх конкуренти були слабкими, бо глядачі припинять відвідувати змагання або дивитися їх по телебаченню, оскільки боротьба буде не надто видовищною, а результат передбаченим (Grydiel, 1976). Наприклад, на початку 1980-х років відвідуваність ігор команд НБА значно знизилась і становила в середньому 9,5 тис. глядачів на одну гру. У більшості команд асоціації заповнюваність залів складала 40-50% при середній вартості квитків 8 доларів.

Спеціалісти виявили, що головною причиною цього явища у нерівнозначності складів команд. Організаційні зміни допомогли НБА досягти наприкінці 1980-х років вдвічі більшої відвідуваності при збільшенні цін на квитки у два рази (16 доларів середня вартість одного квитка). Про велику залежність відвідуваності змагань від напруженості спортивної боротьби красномовно свідчить фінал плей-офф Кубка НБА 2005 р. між командами „Сан-Антоніо” і „Детройт”, де переможець визначився лише в останній сьомій зустрічі. На кожному з семи матчів побувало в середньому 20202 глядача, що стала абсолютним рекордом фіналів плей-офф НБА. Можна зробити висновок, що з одного боку - прибутки команди (спортсмена) зростають коли вона успішно виступає у змаганнях, а з іншого – чим нижча конкуренція з боку інших команд, тим менш видовищні змагання і тим нижчі прибутки усіх команд (спортсменів). Це і відрізняє спортивний бізнес, в даному випадку, баскетбольний професійний спорт від інших видів шоу-бізнесу і бізнесу взагалі.

Уподобання споживачів стрімко змінюються: вони відмовляються від

телевізійного перегляду, інакше споживаючи контент, і втримати уболівальників зараз як ніколи важко. Але баскетбол, здається, йде врозріз із цими негативними трендами. Телевізійні рейтинги НБА цього сезону демонструють впевнене зростання, а за відвідуваністю арен ліга б'є рекорди четвертий рік поспіль.

НБА займає помітне місце в індустрії розваг та медіа, будучи одним із головних виробників спортивного контенту. Крім того, ліга розширює лінійку продуктів, завойовуючи суміжні ринки. Серед активів ліги: Жіноча національна баскетбольна асоціація, Джі-ліга, яка є турніром фарм-клубів, кіберспортивна ліга з віртуального баскетболу 2К та сервіс підписки на трансляції League Pass. Крім того, НБА активно взаємодіє з провідними технологічними платформами, такими як Facebook, YouTube та Tencent.

Мало хто може похвалитися таким же глибоким розумінням бізнесу баскетболу, який має Адам Сільвер. До того, як очолити лігу у 2014 році, він був заступником комісара та операційним директором ліги протягом восьми років. Еволюція НБА під керівництвом Сільвера є доказом того, як спортивний бізнес може процвітати, не забуваючи про важливі складові, якими, окрім спорту, є медіа, розваги та технології.

Література:

1. Гуськов С.И. Профессиональный спорт в США . Спорт за рубежом. 1990. N 8. С. 12-15
2. Клещев К. 32 миллиона долларов. Кто больше? .*Спортэкспресс*. 1997. № 8. С. 35.

МОЖЛИВОСТІ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ ФІЗИЧНОГО ВИХОВАННЯ ТА СПОРТУ НА РИНКУ ПРАЦІ УКРАЇНИ

Зубков Ю.О.

Науковий керівник: Зайцев С.С., ст. викладач

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Довгий час в спорті панували непрофесійні ідеали, які обмежували його економічне використання.

Зараз спорт і фізична культура стали важливою частиною економіки будь-якої країни, в тому числі і України. Так постійно розробляються й удосконалюються нові моделі управління спортом і його фінансування. Посилюється тенденції комерціалізації та професіоналізації спорту, значно зростає конкуренція навколо бюджетних коштів. Все це свідчить про те, що спорт повинен самостійно навчитися отримувати прибуток з наявних у нього в розпорядженні ресурсів [1].

Оскільки спорт у багатьох своїх проявах дуже чітко класифікується з економічної та управлінської сторін, то дуже багато чого з економічної теорії та теорії управління може бути застосовано в спорті.

Можна виділити наступні стрімко розвиваються сьогодні спортивні

ринки:

- ринок орієнтованих на прибуток продавців спорту, представлений численними оздоровчими, танцювальними, гімнастичними студіями і спортивними школами;

- ринок товарів для спортивного туризму, тобто туризму з використанням технічних приладів та пристроїв за наявності відповідної інфраструктури (гірські лижі, серфінг, гольф);

- ринок продавців спортивних тренажерів, обладнання, одягу. Цей ринок розвивається не тому, що збільшується інтерес до спорту, а тому, що спортивність, спортивний стиль – невід’ємні складові сучасного життя;

- ринок спортивних заходів; програм в засобах масової інформації;

- ринок комерційно організованих спортивних подій, що проводяться клубами, федераціями, Олімпійським комітетом (Олімпійські ігри, чемпіонати, турніри, меморіали і т. п.);

- ринок спортивного спонсорства і реклами;

Так можна спостерігати, як відбувається стрімке проникнення законів ринку в спорт, і одночасне збільшення пропозиції спорту як товару.

Внаслідок цих процесів починаєш розуміти, що спорт потребує не тільки в професійних спортсменів і тренерів, але і в професійних економістів, управлінців, юристів, соціологів. І це стосується всіх його сфер: спорту для глядачів, масового спорту, професійного, спортивних спілок і клубів, і т.д. [2].

Література:

1. Галкин В. В. Экономика спорта и спортивный бизнес : учебное пособие. Москва, 2006. 320 с.

2. Любимов С. В., Любимова Г. И. Экономическая эффективность занятий оздоровительной физической культурой. Теория и практика физической культуры. 1999, № 4. С. 6–7. .

РОЗВИТОК ФІТНЕС-ІНДУСТРІЇ В УКРАЇНІ

Коваленко В.Д.

Науковий керівник: Безніс П.С., викладач

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Сучасний стан суспільства, найвищі темпи його розвитку висувають певні вимоги до людини і її здоров'я. Фітнес - це, в першу чергу, здоровий спосіб життя. Бажання бути у гарній формі – природне бажання, тим більш актуальне зараз, коли сучасний темп життя поглинає увесь вільний час. Вітчизняний досвід проектування оздоровчих та рекреаційних будівель і споруд спирається на типологію установ, яка не враховує особливості проектування та будівництва фітнес-центрів. Створення багатофункціонального лазнево-оздоровчого комплексу, або фітнес центру, що концентрує у собі усі види лазень, сприяє оздоровленню організму людини.

У перекладі з англійської фітнес – (to be fit) бути, перебувати у формі, вести активний спосіб життя. Тому фітнес – це не аналог аеробіки, це стиль життя, який допомагає підтримувати тіло і дух у хорошій формі. Сучасний фітнес зародився у США. В Європі лідерами у цій галузі є Німеччина та Великобританія. Фітнес-центри при готелях – окремий великий сегмент структури, що має тенденцію до стрімкого зростання: 76% існуючих фітнес-центрів такого типу в Європі з'явилися за останні чотири роки. Протягом останнього часу, в Україні щорічно відкривається до 50 фітнесцентрів, причому не тільки у столиці та містах-мільйонниках, але й в окремих регіонах. Вони проектується в новобудовах, структурі готелів, торговорозважальних центрів, ділових районах і т.п. В Україні інфраструктура фітнесцентрів з'явилася у 2005 році, й зараз спектр послуг продовжує розвиватися. У столиці й деяких великих містах існує кілька окремих таких закладів.

Дослідження показало, що фітнесом в Україні займаються 1 млн 90 тис українців. Порівняно з попереднім роком кількість фітнес-клубів в Україні виросла на 150 одиниць, а кількість споживачів фітнесу зросла на 70 тис. Разом з тим, хотілося б, щоб фітнес-індустрія зростала більш швидкими темпами, а для цього необхідний діалог між основними гравцями ринку фітнес-послуг, представниками громадськості і державою, і наша інформаційно-аналітична платформа може стати чудовим майданчиком для такого діалогу.

Експерти виділили шість обласних центрів, що є лідерами за кількістю фітнес-клубів: Київ, Харків, Одеса, Львів, Дніпро, Запоріжжя. Інші міста, найперше обласні центри, досі знаходяться лише в стадії зародження ринку і мають значний потенціал для розвитку індустрії.

Сьогодні найбільшу фітнес-мережу в Україні має американський мікро-клубний оператор «FitCurves», а найбільшу кількість споживачів серед операторів повного сервісу – мережі «Sport Life», «Малібу» та «Атлетіко». При цьому 50% всіх клубів серед ТОП-5 мереж належать «FitCurves», 77 % всіх площ серед ТОП-5 мереж належать «Sport Life», і 98% всіх басейнів.

Дослідження високо оцінили європейські профільні інституції і на основі його даних Україна цього року вперше потрапила до Міжнародного звіту про ринок фітнесу та здоров'я у Європі. У загальноєвропейському рейтингу Україна опинилася на одинадцятій позиції за кількістю фітнес-клубів (1569 клубів) та дванадцятій позиції за кількістю споживачів (1 мільйон 90 тис. споживачів). Загалом фітнесом у Європі займаються близько 60 млн осіб, з яких 1,8% українці.

Дослідження показує загальну картину на ринку фітнесу України станом на 2017 р. Експерти з'ясували, що у період проведення дослідження в нашій країні нараховувалось 1569 фітнес-об'єктів, що на 150 більше ніж у попередньому році. Серед них левову частку 56% складають фітнес-клуби, 10% – фітнесстудії, по 9% клуби бойових мистецтв та пілатес-студії, 7% жіночі фітнес-клуби, по 3% йога-студії та студії танців, 2% басейни.

Як показало дослідження, сьогодні в Україні займаються фітнесом близько 1 млн 90 тис. осіб, що становить 2,6 % від загальної кількості населення. У звіті є і конкретизація кількості споживачів фітнесу по великих

містах України. Експерти виділили шість міст-лідерів за покриттям фітнес-послугами.

Література:

1. Ващук. Л.А. , Передумови розвитку та становлення фітнесу в Україні. Фізичне виховання, спорт і культура здоров'я у сучасному суспільстві, №3, С. 7-9.
2. Виноградська А.М. Технологія комерційного підприємства : навчальний посібник. Київ, 2006. 780 с.

МАРКЕТИНГ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ В СИСТЕМІ ОСВІТИ

Козуля С.Ю.

*Науковий керівник: Романенко О.Ю. ст. викладач
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Складовою частиною ринку освітніх послуг являється маркетинг фізичного виховання. Поняття «освітній маркетинг» С. Г. Телстова трактує як один із напрямів діяльності з управління навчальним закладом в умовах ринкової економіки, який забезпечує дослідження попиту на освітні послуги та певні знання понад встановлені державою стандарти, впливає на розвиток освітніх потреб громадян шляхом розроблення й впровадження концепції надання їм якісного освітнього продукту [1].

Маркетинг в спортивній індустрії – потужний інструмент стратегічного планування для вирішення важливих завдань, які стоять перед виробниками продуктів і послуг, командами і навіть окремими спортсменами. Сьогодні світ спорту вже неможливо уявити без реклами, яка приносить її творцям і рекламодавцям величезні гроші і має велике значення для розвитку індустрії в цілому.

Спортивний маркетинг зародився близько 30 років тому та Україну ж він потрапив приблизно 15 років тому. Це сталося відразу ж після того, як багато спортивних клубів абсолютно самостійними.

Розвитком спортивного маркетингу послужило те, що сфера споживання спортивних товарів і послуг почала стрімко зростати, а боротьба за покупців і клієнтів різко збільшилася. Щоб виділитися на тлі численних конкурентів, виробникам довелося вдаватися до маркетингових заходів.

Відзначимо, що до впровадження маркетингу спорт не приносив грошей. Більш того, до його появи змагання були надто витратними. Факт того, що маркетингові інструменти перетворили спорт в джерело заробітку для багатьох людей, яскраво свідчить про їх діяльність.

Сьогодні маркетинг в спортивній індустрії є самостійною дисципліною. Практика показує, що стандартні способи просування далеко не завжди приносять бажаний ефект в сфері спортивних змагань. Важливо розуміти, що термін «спортивний маркетинг» сильно відрізняється від «маркетингу в спорті»,

адже другий передбачає використання інструментів просування з інших областей.

Завдання спортивного маркетингу.

Маркетинг в спортивній індустрії ставить перед собою наступні цілі:

1. Вразити глядача, змусити його відчувати емоційне переживання, зробити так, щоб він вибрав чиюсь сторону, спонукати інтерес до подальшого розвитку подій.

2. Залучити спонсора, розвинути лояльне ставлення, породити в ньому почуття прихильності до спортивного клубу. Паралельно з цим важливо викликати у глядачів асоціативний зв'язок зі спонсором, його брендом і продуктом.

3. Влаштувати інфопривід. При цьому важливо не тільки передати в ЗМІ свіжі новини, а й спровокувати їх на прийняття боку клубу або, навпаки, на схвалення дій суперників.

4. Отримати з спортивної події прибуток як для клубу, так і для спонсора.

5. Взяти під контроль враження уболівальників.

6. Розвинути співпрацю з якомога більшою кількістю культурних установ, сформувати «ефект присутності».

Пропоную розглянути успішні рекламні ходи на прикладі плавання.

Київський дизайнер і арт-директор Артем Плужаров розробив креативну друковану рекламу для фітнес клубу Sport Life зі слоганом «Water fits you» – можна перекласти, як «Вода робить тебе стрункішим». Креатив і неординарність торгової марки Arena в рекламній кампанії Water Instinct. Arena успішно використовує атлетичну фігуру плавця і властивий йому «водний інстинкт» для просування товарів, призначених для спортивного плавання.

Література:

1. Телєтова С. Г. Педагогічний маркетинг у діяльності навчальних закладів. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2011. № 3. Т. 2. С.118–124.

РОЗВИТОК РИНКУ ФІТНЕС-ІНДУСТРІЇ

Котляр А.Ю.

Науковий керівник: Безніс О.Є., ст. викладач

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Міжнародна фітнес-індустрія все більше розвивається та зміцнюється на світовій арені. Саме вона була найбільш стабільною впродовж 2012–2016 рр. порівняно з іншими галузями. Європейської асоціації фізичної активності (Europe Active Association) та Міжнародної асоціації спортивнооздоровчих клубів (IHRSA).

Аналіз документів звітності дозволив встановити, що ринки країн Східної Європи: Росії, Туреччини і Польщі увійшли до десятки найбільш

перспективних об'єктів фітнесіндустрії. Варто зазначити, що саме вони мають сприятливий потенціал зростання кількості клієнтів фітнес-клубів, ніж зрілі ринки західної Європи. Також Туреччина і Росія мають значний потенціал фітнес-ринку з рівнем проникнення (розвиненості) 2,4% і 1,9% відповідно.

Згідно результатів аналізу звіту IHRSA за 2016 р., загальний світовий дохід фітнес-індустрії у 2015 р. складав вже 81 мільярд доларів, функціонувало 187 000 клубів, які відвідували 151 мільйон клієнтів.

Грамотне і цілеспрямоване впровадження фітнес-технологій в систему безперервної фізкультурної освіти, в заняття фізичною культурою для оздоровлення, розвитку та виховання дітей та підлітків, студентської молоді є сьогодні одним з основних і актуальних завдань модернізації навчальних планів, програм дошкільних установ, школи, середніх професійних та вищих навчальних закладів. При цьому слід особливо підкреслити роль фітнес-індустрії як первинної основи в процесі появи інноваційних оздоровчих технологій.

Сьогодні розвиток фітнес-індустрії характеризується наявністю і значним збільшенням кількості фітнес-клубів, розробкою фітнес-технологій і програм з організації сімейного дозвілля, адаптацією програм занять до конкретних груп населення (тобто широка стратифікація), зближенням діяльності фітнес-клубів, медичних та соціально-психологічних установ, а найголовніше – залученням широкого кола споживачів фітнес-послуг, що корелює із зміною стилю життя молоді та дорослого населення.

Фітнес індустрія характеризується наявністю добре розвиненого конкурентного середовища в якому виробники фітнес-послуг ведуть боротьбу за споживача. Це створює сприятливі умови для пошуку нових засобів вирішення поставлених завдань та модернізації вже існуючих. Конкуренція з іншими видами дозвілля та розваг вимагає використання таких засобів, які б були ефективні не тільки з точки зору їх фізіологічної дії на організм, але й таких, які б сприяли отриманню задоволення, відчуття радості та психологічного комфорту. Внаслідок цього, на відміну від засобів реабілітації або спортивного тренування, де основною ознакою для включення вправи в програму тренувань є її функціональна доцільність, в фітнесі, поряд із цим, велике значення має її емоційна та інноваційна привабливість для споживача.

Фітнес-індустрія відіграє значну роль в процесі появи інноваційних технологій оздоровлення. Розвиток фітнес-індустрії характеризується збільшенням кількості фітнес-клубів, розробкою фітнестехнологій і програм, адаптацією програм занять до певних груп клієнтів, а також залученням широкого кола споживачів фітнес-послуг, що спонукає до зміни стилю життя молоді та дорослого населення та вивчення потреб та мотиваційної спрямованості людини щодо даного виду фізичної активності

Література:

1. Счастливец И.В. Мотивация женщин к занятиям фитнесом *Современные проблемы науки и образования*. 2013. № 6

2. Усатова І.А. Сучасні фітнес-технології як засіб виконання завдань з фізичного виховання для студентів з порушенням у стані здоров'я: навч.-метод. посіб. Черкаси: ЧНУ імені Богдана Хмельницького, 2014. – 88 с

РИНОК ПРАЦІ СПОРТСМЕНІВ-ПРОФЕСІОНАЛІВ

Лісаченко Я.В.

Науковий керівник: Курилко М.Ф. доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Ринок праці – є одним з динамічніших елементів економіки кожної країни. Він має особливі характеристики та складності у своєму врегулюванні, тому що товаром на ньому є робоча сила живою людини. Ще більш специфічним є ринок праці професіональних спортсменів, тому що вимоги до кандидатів є дуже і дуже жорсткими.

Ринок праці є найбільш точним детектором соціального стану населення тієї чи іншої країни, що відображається в географії та кількості проведених турнірів [1]. Розглядаючи економічні відносини у сфері професійного спорту, необхідно відзначити особливу систему трудових відносин, існуючих на ринках праці спортсменів-професіоналів. Подібна система відносин «роботодавець–спортсмен» не має близьких аналогів для інших професій і ринків. [2] Структуру ринку характеризує число організацій, контролюючих проведення турнірів у гольфі – PGA; тенісі – ITF, ATP, WTA і організатори чотирьох турнірів «Великого шолома»; у легкій атлетиці – IAAF, Асоціація міжнародних марафонів і пробігів по шосе (AIMS), Європейська легкоатлетична асоціація (ЕАА), Легкоатлетична конфедерація Центральної Америки і Карибських островів (AthleCAC), Міжнародна асоціація понад марафону (IAU), Міжнародний легкоатлетичний фонд (IAF), Легкоатлетична асоціація Північної Америки, Центральної Америки і Карибських островів (NACAC) і Всесвітня асоціація ветеранської легкої атлетики (WMA). [1] Деякі з них ведуть свою діяльність на території України.

Для характеристики ринку праці спортсменів-професіоналів можна виділити кілька особливостей:

1. Особливий вид товару, вибраного на ринках – спортсмени: підписуючи контракт, роботодавець отримує контроль не тільки над спортивними вміннями та знанням, але і над значною мірою над особистим життям спортсмена: право на свободу пересування, вибору розпорядку дня, раціону харчування, напоїв і багато чого іншого. Разом з укладенням контракту спортсмен-професіонал одержує цілий набір приписів та обмежень. На цей набір накладається система самообмежень з метою досягнення високого результату. Таким чином, ринок праці професійних спортсменів – особлива система відносин, при якій звичайний спектр громадянських прав індивіда обмежується.

2. Особлива система відбору і найму професійних спортсменів: ринки праці професійних спортсменів мало схожі на традиційні – на них не

функціонують служби зайнятості (біржі праці), не публікуються інформаційні бюлетені з переліку відкритих вакансій і кваліфікаційних вимог. Тут все інакше. Спеціальні тренери-селекціонери з спортивних організацій різного рівня «просіюють» ринок, відстежуючи успіхи і невдачі окремих спортсменів. Помічених перспективних спортсменів беруть на замітку, дають їм грошову оцінку і потім запрошують на роботу. У той же час спортсменів, не демонструють обнадійливих результатів, переводять у резерв або дублюючий склад [2].

3. Спеціальна система ціноутворення: питання про ціну того чи іншого спортсмена на професійно-орієнтованих ринках праці дуже важливий з кількох причин. По-перше, ціни на професійних спортсменів, як правило, досить високі, по-друге, потенційні таланти спортсмена і його можливості невизначені, по-третє, професійний спорт вельми ризикований в плані отримання травм та ушкоджень [2].

Література:

1. Борисова О.В. Рынок труда в современном теннисе: особенности функционирования. Изд-во Национальный университет физического воспитания и спорта Украины 06.2012.
2. Галкин В.В. Экономика профессионального спорта URL: <http://vadimgalkin.ru/sport-2/sport/economics/>

ФУТБОЛЬНІ АГЕНТИ У СПОРТИВНОМУ БІЗНЕСІ

Мацуга С.В.

*Науковий керівник: Плотніков Є.К., ст. викладач
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Футбол є найпопулярнішим видом спорту, який до того ж ще і високооплачувана. Саме тому багато хлопців з дитинства мріють стати футболістами, але це не єдиний варіант, що дозволяє отримати прибуток у цьому виді спорту. Є така посада, як футбольний агент, завдання якого полягає у представленні інтересів футболіста. У кожного відомого гравця є свій представник, наприклад, агент Кріштіану Роналду займає другу сходинку в рейтингу найбагатших агентів за версією «Forbes».

Для початку хотілося б поговорити про обов'язки агента, яких досить багато. Основні напрямки в роботі наступні:

1. Пошук підходящої команди, супровід угоди та підготовка договору між підопічним і клубом.
2. Підбір та укладення різних контрактів на рекламу і спонсорство.
3. Вирішення усіх фінансових і юридичних питань.
4. Загалом, агент займається всіма справами, щоб нічого не відволікало футболіста від його основної діяльності.

Під час трансферного вікна, коли в клубах з'являються новачки, на перші ролі виходять футбольні агенти. Зараз кожен поважаючий себе гравець

користується послугами таких фахівців, а останні, в свою чергу, добре заробляють на клієнтах. У відносинах агент-футболіст діє правило: чим краще знайдеш умови для гравця в клубі - тим більше заробиш.

Зараз без футбольних агентів складно уявити спортивний бізнес. Проте, вони стали невід'ємним явищем найпопулярнішого у світі виду спорту лише в останні 20 років, коли у футбол прийшли великі гроші. Суми трансферів стали захмарними, а зарплати футболістів стрімко зросли.

Якщо раніше умови гравцям диктували клуби, то після того, як у середині 1990-х було запроваджено правило Босмана і гравці почали після закінчення контракту отримувати статус вільного агента, все стало навпаки.

Тепер вже футболісти можуть "викручувати" руки клубам, а найняті та юридично освічені посередники їм у цьому допомагають. До того ж великі зарплати дали гравцям можливість позбутися необхідності самостійно шукати варіанти для продовження кар'єри та вникати у тонкощі контрактів.

Зараз цією рутиною займаються агенти, а футболістам залишається поставити лише підпис. Хоча беруть ділки за свої послуги чимало – клієнти віддають їм 5-10% своїх заробітків.

Дуже швидко футбольне посередництво стало популярним бізнесом. Спочатку ФІФА видавала ліцензії агентам самостійно, але у 2001 році переклала ці функції на національні федерації. Вплив агентів на футбол став відчутним.

Вони та їхні фірми пачками скуповували перспективних футболістів, по суті перетворюючи їх на свою власність. ФІФА це терпіла до 2015 року, коли нарешті заборонила третім особам купувати права на гравців – зараз ними можуть володіти виключно клуби.

Легальними залишилися лише компанії-посередники, які ведуть справи футболістів, але в жодному разі не володіють правами на їхній продаж. Також обмежено розмір комісійних, який не може перевищувати \$2 млн, або 3% від розміру річної зарплати гравця.

Навіть попри штрафи, які вже отримали за порушення нових норм регламенту ФІФА чимало клубів, футбольний трансферний ринок все ще залишається сірим. Посередники використовують при переходах офшорні компанії та всіляко маскують порушення.

Література:

1. Журід С.М., Коваль С.С., Лебедєв С.І. Техніко-тактична підготовка футболістів. ХДАФК: Вид-во ФОП Панов А.М. 2019. С. 207 .

2. Мулик В.В., Камаєв О.І. Теорія системності і системний підхід в професійній діяльності тренера: навчально-методичний посібник. Харків: ХДАФК, 2017. С. 88

ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ І СПОРТУ В УКРАЇНІ

Рафальський О.Ю.

Науковий керівник: Семенов А.І.,

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Фізична культура і спорт займали завжди важливе місце як в житті людини, так і в суспільстві в цілому. Фізичне виховання є однією з найдревніших частин фізичної культури, що своїми коренями сягає в первісну педагогіку, і разом з тим найбільш організованим і регламентованим елементом фізичної культури. Воно має чітку, історично сформовану систему цілей і завдань стосовно віку, статі, фізичного розвитку і стану здоров'я людини.

Спорт не тільки підвищує якість продуктивних сил суспільства, а і як засіб соціально-економічного зміцнення країни проявляється у багатьох інших сферах людської діяльності. Наприклад, позитивно впливаючи на стан здоров'я людини, спорт сприяє приросту цінного з усіх багатств держави дієздатного населення, що, своєю чергою, збільшує добробут самої країни. Розглядаючи цей аспект впливу на економіку, необхідно відзначити, що тут важливо, перш за все, фізичне виховання і масовий спорт. Основна їх мета оздоровлення населення і підтримка його репродуктивних можливостей.

Зважаючи на різноплановість ефекту фізкультурно-спортивних послуг, їхніми покупцями-споживачами можуть виступати як окремі особи, так і суб'єкти господарської діяльності, а також певні соціальні інститути. Одним зі споживачів фізкультурно-спортивних послуг виступає і держава, яка намагається використати досягнення своїх спортсменів на найпрестижніших міжнародних змаганнях з політичною метою, сподіваючись на поліпшення свого міжнародного іміджу. Окрім цього, держава потенційно зацікавлена у підтриманні та зміцненні здоров'я населення країни, одним із дієвих чинників чого є фізична культура і спорт [2].

Так, Законом України „Про фізичну культуру і спорт” визначені такі форми впливу держави на економіку галузі: підтримка олімпійського руху, діяльності всеукраїнських фізкультурно-спортивних товариств, спортивних федерацій, інших громадських організацій фізкультурно-спортивної спрямованості (стаття 3); підготовка членів збірних команд України до міжнародних змагань (стаття 21); фінансування державної програми розвитку фізичної культури та спорту за рахунок державного бюджету, бюджетів місцевого самоврядування (стаття 28); забезпечення фізкультурно-оздоровчими й спортивними спорудами, а також контроль за ефективністю їх використання (стаття 29); забезпечення підготовки та перепідготовки кадрів у сфері фізичної культури та спорту (стаття 30) [1].

Аналізуючи сучасну економіку сфери фізичної культури та спорту України, слід звернути увагу на наявність низки протиріч, які виникли під впливом сукупності чинників, головними серед яких можна визначити такі:

- зміну ролі держави у забезпеченні життєдіяльності фізкультурно-

спортивних організацій;

- активне проникнення у сферу фізичної культури та спорту ринкових відносин;

- виникнення раніше непритаманного сфері приватного сектора;

- формування ринку фізкультурно-спортивних послуг.

Для розвитку фізичної культури та спорту використовуються позабюджетні кошти, зокрема від: Фонду соціального страхування з тимчасової втрати працездатності; підприємств, установ та організацій, об'єднань громадян, окремих осіб; фінансово-господарської діяльності закладів фізичної культури та спорту; користування правами інтелектуальної власності закладами фізичної культури та спорту, організаторами фізкультурно-оздоровчих та спортивних заходів; проведення державної спортивної лотереї; інвестиційної діяльності у сфері фізичної культури та спорту.

Відповідно до ст. 47 Закону України «Про фізичну культуру та спорт» від 24 грудня 1993 р. держава сприяє розвитку фізичної культури та спорту надаючи різні пільги, зокрема, звільняє заклади фізичної культури та спорту від сплати земельного податку, може надавати податкові пільги для юридичних та фізичних осіб (резидентів та нерезидентів), що здійснюють благодійну діяльність у сфері фізичної культури та спорту, сприяє діяльності суб'єктів господарювання, що здійснюють інвестиційну діяльність у сфері фізичної культури та спорту в Україні [1].

Головними умовами для розвитку повинно стати стимулювання занять фізичною культурою, створення життєвих ситуацій за яких рухова діяльність стає внутрішньою органічною потребою, за якої усвідомлюється її значення та користь. А це означає, що держава повинна створити більше спортивних клубів, секцій, спортзалів, щоб молодь мала можливість всебічно розвиватися.

Змінюючи нормативну базу, значну увагу потрібно приділити створенню програм розвитку фізичної культури та спорту, створити вигідні умови для заохочення меценатів, які б були зацікавлені у фінансуванні даної сфери, а також щоб держава змогла більше виділяти коштів з Державного бюджету [3].

Література:

1. Про фізичну культуру та спорт: Закон України від 24 грудня 1993 р. Відомості Верховної Ради. 1993 р. № 3808-XII

2. Імас Є.В., Мічуда Ю.П. Економічні проблеми розвитку сфери фізичної культури і спорту в перехідних суспільних системах. Економіка і держава. 2006. №2. С. 40-43.

3. Мічуда Ю.П. Сфера фізичної культури і спорту в умовах ринку: закономірності функціонування та розвитку. Київ. Олімпійська л-ра, 2007. 215 с.

ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СФЕРИ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ ТА СПОРТУ

Сосновський М.О.

Науковий керівник: Курилко М.Ф., доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Експерти зазначають, що в країні є тренери та спортсмени високого рівня, які могли б успішно виявити себе на міжнародних змаганнях, але є низка проблем на шляху до перемог. Це відсутність сучасної інфраструктури, недостатнє фінансування, проблемна законодавча база, яка дозволяє залучати до спорту більше грошей.

Держава має забезпечити інфраструктуру для занять масовими видами спорту, сприяти їхній популяризації серед молоді, підтримувати молодих спортсменів.

Загальні витрати на спорт збільшуються, але, наприклад, щодо юнацького спорту вони використовуються неефективно, зазначає президент Спортивного комітету України. Він звертає увагу, що система дитячої та юнацької підготовки насправді не передбачає оплати батьків. Але за фактом ДЮСШ отримує фінансування на утримання свого тренерського складу та часто й підтримку батьків дітей.

Проблеми у цій сфері всім зрозумілі без зайвих роз'яснень – спортивна інфраструктура в Україні є дуже далекою від ідеалу.

Цілі також гранично зрозумілі – створення мережі доступної інфраструктури, інвентаризація об'єктів, будівництво об'єктів відповідно до міжнародних стандартів.

Також серед проблем вказано нестабільне та недостатнє фінансування, інфраструктурні проблеми (при цьому спортивних об'єктів нарахували більше 96 тисяч, але уточнюючи, що інформації про стан багатьох із них немає), погіршення результатів на Олімпійських іграх, підвищення конкуренції на Паралімпійських іграх, проблеми допінгу в Україні, проблеми спонсорів та глядачів, мала кількість міжнародних змагань, що проводяться на території України.

Нове покоління вже живе у повністю діджиталізованому світі. Тож і привчати сучасній молоді любов до спорту як і здорові звички слід за допомогою нових технологій. Добре відпрацьовані цифрові проекти здатні вивести здоровий спосіб життя на новий рівень: сформувати розуміння та усвідомлення, для чого фізкультура потрібна у повсякденному житті; пояснити, що може запропонувати держава, що – приватні структури.

За рахунок коштів місцевих бюджетів фінансуються видатки державних програм розвитку фізичної культури і спорту: утримання та навчально-тренувальна робота дитячо-юнацьких спортивних шкіл усіх типів, заходи з фізичної культури і спорту та фінансова підтримка організацій фізкультурно-спортивної спрямованості і спортивних споруд місцевого значення.

Розвиток приватного сектору сфери фізичної культури і спорту

спрямовується на підвищення якості та розширення обсягу фізкультурно-спортивних послуг.

Саме тому у нинішніх соціально-економічних умовах належить істотно змінити підходи до рівня фінансування галузі фізичної культури і спорту. З цією метою віднайти нові джерела державного фінансування та їх наповнення, змінити підходи фінансування галузі з місцевого бюджету, активізувати залучення позабюджетних коштів. Для цього потрібно, розробити та прийняти правові акти для залучення фінансових та матеріальних ресурсів у сферу фізичної культури і спорту, домогтися створення достатнього багаторівневого та багатоканального фінансування закладів фізичної культури і спорту що дасть можливість істотно покращити ефективність їх роботи та зміцнення їх фінансового стану. Аналіз чинних нормативно-правових актів, з проблем фінансової політики держави в галузі фізичної культури і спорту, вказує на те що багато складових потребують оновлення відповідно реалій сьогодення, ринкових умов. Слід виробити стратегію фінансового забезпечення цієї галузі. Посилити роль фінансового контролю у ефективності використання виділених фінансових ресурсів.

Література:

1. Матвеев Л. П. Общая теория спорта и ее прикладные аспекты: учебник для вузов физической культуры / Л. П. Матвеев. – М. : Сов. спорт, 2010. – 340 с.
2. Платонов В. Професіоналізація олімпійського спорту. Теорія і методика фіз. виховання. 2005. № 1. С. 3–9.

ДЛЯ НОТАТОК

МАТЕРІАЛИ
XV Міжнародної наукової конференції
здобувачів вищої освіти
«ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ
ПІДПРИЄМСТВА: ПОГЛЯД МОЛОДІ»

07 квітня 2022 р.

Відповідальний за випуск

В.Ю. Нестеренко

Підписано до друку _____ Формат _____ Папір офсетний.
Гарнітура Times New Roman Суг. Віддруковано на
ризографі Ум.друк. арк. ____ Обл.-вид. арк.

ВИДАВНИЦТВО
Харківського національного автомобільно-дорожнього університету

Видавництво ХНАДУ, 61002, Харків-МСП, вул. Ярослава
Мудрого, 25.
Тел. /факс: (057)700-38-64; 707-37-03, e-mail: rio@khadi.kharkov.ua

Свідоцтво Державного комітету інформаційної політики,
телебачення та радіомовлення України про внесення суб'єкта
видавничої справи до Державного реєстру видавців, виготівників
і розповсюджувачів видавничої продукції, серія ДК № 897 від
17.04 2002 р.