

ISSN 1857-2723



Buletinul Științific

*al Universității de Stat
„Bogdan Petriceicu Hasdeu” din Cahul*

ediție semestrială



științe economice

*1(13)
2015*

Piața Independenței 1,
Cahul, MD-3909
Republica Moldova

tel: (373 299) 2.24.81
buletin.usc@gmail.com

ISSN 1875-2723

Buletinul Științific

*al Universității de Stat
„Bogdan Petriceicu Hasdeu” din Cahul*

ediție semestrială

seria

ȘTIINȚE ECONOMICE

***1(13)
2015***

ISSN 1875-2723

COLEGIUL DE REDACTIE AL REVISTEI

Redactor-șef : *Șișcanu Ion*, profesor universitar, docotor habilitat în istorie

Membri:

Bostan Ion, profesor universitar, docotor habilitat în științe tehnice, academician al AȘM

Parmacli Dmitrii, profesor universitar, doctor habilitat în economie

Popa Andrei, conferențiar universitar, doctor habilitat în economie

Calmuțchii Laurențiu, profesor universitar, doctor habilitat în fizică și matematică

Cornea Sergiu, conferențiar universitar, doctor în politologie

Dolea Igor, conferențiar universitar, doctor habilitat în drept

Axenti Victor, conferențiar universitar, doctor în filologie

Iurchevici Iulia, doctor în pedagogie

Axenti Ioana, conferențiar universitar, doctor în pedagogie

COLEGIUL DE REDACȚIE al seriei ȘTIINȚE ECONOMICE

Redactor-șef al seriei: *Popa Andrei*, doctor habilitat în economie (08.00.05), conf.univ, Universitatea de Stat „B.P. Hasdeu” din Cahul

Membri:

Cobzari Ludmila, doctor habilitat în economie (08.00.10) , prof.univ., Academia de Studii Economice din Moldova

Parmacli Dmitrii, doctor habilitat în economie (08.00.05), prof.univ., Universitatea de Stat „B.P. Hasdeu” din Cahul

Paladi Ion, doctor habilitat în economie (08.00.05), prof.univ., Academia de Studii Economice din Moldova

Strtan Alexandru, doctor habilitat în economie (08.00.05), conf.univ, director Institutul de Economie, Finanțe și Statistică al AȘM

Țiu Nicolae, doctor habilitat în economie (08.00.14), prof.univ., Universitatea Liberă Internațională din Moldova

Bîrlea Svetlana, doctor în economie (08.00.05), Universitatea de Stat „B.P. Hasdeu” din Cahul

Dolghii Cristina, doctor în economie (08.00.12), conf.univ., Universitatea de Stat din Moldova

Gangan Svetlana, doctor în economie (08.00.06), conf.univ., Universitatea Agrară de Stat din Moldova

Todos Irina, doctor în economie (08.00.05), Universitatea de Stat „B.P. Hasdeu” din Cahul

Trusevici Alla, doctor în economie (08.00.01), conf.univ., Universitatea de Stat „Alecu Russo” din Bălți

Șarpe Daniela-Ancuța, doctor în economie (08.00.01), prof.univ., Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați, România

Bulatova Elena, doctor în economie (08.00.01), prof.univ., Universitatea de Stat din Mariupol, Ucraina

CUPRINS

UDOVA LYUDMILA, DAIRY CATTLE DEVELOPMENT IN HOUSEHOLDS OF UKRAINE...	4
VLASOV VYACHESLAV GINGIN LYUDMILA, POPOVICH VASILY, BAKHCHIVANZHI LYUDMILA, LOPOTAN LYUDMILA, MANAGING BY THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF VITICULTURE IN ODESSA REGION....	13
TUR OLESYA, CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AS A FACTOR OF FORMATION OF POSITIVE IMAGE OF AN ENTERPRISE.....	20
BODNAR OLGA, MARKETING INFRASTRUCTURE IN PRICING OF CROP GROWING.....	35
PALADI ION, MANAGEMENTUL PROIECTELOR INVESTIȚIONALE – PERFORMANȚELE DEZVOLTĂRII LOCALITĂȚILOR DIN R. MOLDOVA.....	42
BABII LEONID, ASPECTUL ANALIZEI LEVIERULUI FINANCIAR CA INDICATOR DE EVALUARE A RISCULUI ÎNTREPRINDERII.....	49
MOCANU NATALIA, COLESNIC MARIANA, IMPLICAȚIILE T.V.A. ASUPRA PERFORMANȚELOR SECTORULUI AGRAR.....	53
BUZU OLGA, PEDINA LILIA, EVALUAREA ÎN CONTEXTUL REFORMEI CONTABILE.....	58
BÎRLEA SVETLANA, TODOS IRINA, MODERNIZARERA ÎNVĂȚĂMÎNTULUI SUPERIOR ECONOMIC PRIN UTILIZAREA E-LEARNINGULUI.....	67
GOLBAN ARTUR, CIMPOEȘ DRAGOȘ, COMPETITIVITATEA – O NOȚIUNE MULTIDIMENSIONALĂ ÎN TEORIA ECONOMICĂ.....	74
TRUSEVICI ALLA , CHISELIOV LILIA , EVALUAREA EFICACITĂȚII A MARKETINGULUI INTERN.....	83
КУЛОВ А.Р., ОРЛОВА А.Г., ВОССТАНОВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ ВИНОГРАДАРСТВА В РОССИИ: ТЕНДЕНЦИИ И МЕХАНИЗМ ОБЕСПЕЧЕНИЯ.....	91
ЛАВРУК О., ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	109
СОКОЛЫ И.И., КРАВЧЕНКО О.М., СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМОВ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ РЕСТОРАННОГО ХОЗЯЙСТВА В УКРАИНЕ.....	120
ПОЖУЕВА Т. А., ИННОВАЦИОННЫЕ МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ.....	131
КРИСАНОВ Д.Ф., ВАРЧЕНКО О.М., МОДЕРНИЗАЦИЯ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО КОМПЛЕКСА УКРАИНЫ В УСЛОВИЯХ ЕВРОПЕЙСКОЙ ИНТЕГРАЦИИ И ГЛОБАЛИЗАЦИИ.....	139

DAIRY CATTLE DEVELOPMENT IN HOUSEHOLDS OF UKRAINE

UDOVA LYUDMILA,

PhD in Economics,

senior researcher,

Institute for Economics and Forecasting,

National Academy of Science of Ukraine,

Kyiv, Ukraine

Abstract. *The article analyses the current state of modern dairy cattle breeding development - the main livestock industry in Ukraine. World experience of formation and development of family farms has been summarized. Recommendations concerning solving the problems of milk production necessity have been elaborated. Experience of family farms functioning in Ukraine is generalized taking into consideration the foreign practice and suggestions on expansion of their geography have been substantiated.*

Keywords: *Households; dairy cattle; family dairy farms; dairy agricultural servicing cooperative.*

Introduction. Dairy cattle industry is one of strategic industries of animal production in Ukraine that determines food safety in the state and food quality for the people. Its basic value for national economy is determined by the fact that dairy products are one of sources of high-calorie foodstuffs and a raw material for food industry. Milk and dairy products occupy considerable part in the food ration of vast majority of the Ukrainian population and belong to the goods of prime necessity. Thus, the stable providing of consumers with these products is an important condition for the achievement of food safety.

Problem statement. The dairy cattle breeding is labor intensive industry, that is conditioned by not high level of mechanization and automation of animal farms and that is why nowadays it requires focused attention and sponsorship from the state. During the last years the situation in the dairy cattle breeding industry is characterized by reduction of quantity of cows of milk direction productivity (from 4958,3 thousand animals in 2000 to 2508,8 thousand animals in 2013) and production of dairy raw material mainly by the households (in 2013 over 77%). As a consequence, an insufficient level of consumption of milk and dairy per person (220,9 kg per person in 2013 at the rational norm of consumption 380 kg of milk). Nowadays the problems of concentration of milk production and improvement of its quality are aggravated in order to satisfy the needs of the population of Ukraine to the full extent.

The purpose of the study. Substantiate the directions of concentration and expansion of milk production by the agrarian producers for the sake of increasing its volumes and upgrading.

Analysis of recent researches and publications. The problems of development of the Ukrainian dairy cattle breeding are lighted up in the publications of V. Andriychuk, D. Krysanov, IU. Lupenko, M. Malik, B. Paskhaver, O. Shpychak and others. However, the questions of functioning and development of the dairy cattle breeding in the households remain actual and long term that is why they need further study and suggestions development, realization of which will assist to the expansion of their geography.

Key results. The dairy cattle breeding is an animal industry, where 8378,2 thousand cows (including the households – 26,1%) were held out at the beginning of 1990s, production of milk amounted to 24508,3 thousand tons (including the households – 24,0%). Over the years the situation changed radically – part of agricultural enterprises liquidated the dairy cattle breeding at all and production of milk raw materials concentrated in the households, where in 2000 62,7% of total quantity of cows were held and 71% of total volume of milk were produced. According to the data of the State Statistics Service of Ukraine, as on January 1, 2014 in comparison with the same date in 2000, in all types of agricultural holdings the amount of cows diminished by 49,4% and was 2508,8 thousand animals, including in agricultural enterprises – by 69,5% (565,4 thousand animals), in the households – by 37,5% (1943,4 thousand animals) [1]. The basic milk breeds of cows in Ukraine are black-and-white - 48% of population, redder-pock-marked – 15% and red steppe – 9%. The primary cause of decline of population of cows is low purchase prices on milk.

Milk is one of the main foods that is fully digested by an organism. In relation to calorie content, it should be noted that 1 kg of consumed milk is equated to 400 g of beef. As it was mentioned above, the main producers of raw milk in Ukraine during the past 15 years are households (table).

Table. Production of milk on types of agricultural holdings, thousand tons

Types of agricultural holdings	1990	2000	2010	2012	2013	2013/1990, %
Agricultural enterprises	18634,1	3668,7	2216,6	2535,3	2582,5	13,9
Households	5874,2	8989,2	9031,9	8842,3	8905,7	151,6
Total	24508,3	12657,9	11248,5	11377,6	11488,2	33,3

Source: State Statistics Service of Ukraine.

It is critical for Ukrainian milk industry that overwhelming production of milk is done by the households, as the quality of raw materials is low – quality indexes often do not exceed 3,4% on protein and 3,0% on fat content. Milk produced by these households is of the second-class or low-grade. 73% of peasant households that have cattle, have only one cow, as hard daily work on its management becomes less attractive for young rural people, and middle-aged people are not able to do it

due to the state of health. Poland and France had the same situation in due time. Aiming to increase the population of cows in the above mentioned countries the stimulation of small producers by extra charge for every additionally purchased head was implemented. And nowadays the minimal amount of animals in farms in Poland is not less than 25 animals, but in France is not less than 40 animals.

According to the definition by FAO, a family farm is the way of organization of agricultural, forest, fish, pascual and aquaculture production, carried out and managed by a family using mainly labor of the family members. The family farm includes all types of family agricultural activity. These enterprises are the main factor of providing the steady development of countryside, as they support traditional types of production, traditional culture, facilitate maintenance of agricultural biodiversity and rational use of natural resources [2].

Nowadays in the world family farms produce 56% of agricultural products and cultivate a considerable part of agricultural land: 83% – in the North and Central America, 68% – in Europe, 85% – in Asia, 62% – in Africa, and only in South America – 18%. Family farms have high level of productivity on the land area cultivated by them. For example, according to the information by FAO, in Brazil they cultivate almost 25% of all agricultural land area, producing about 40% of the main agricultural crops [2]. Family farms successfully function in the USA, where the part of small family farms is 88% [3], which cultivate 78% of agricultural land, producing 84% of all agricultural production worth 230 bln USD [2].

Today family farms are the basis of agriculture of France, the quantity of which is 350 thousand farmers, and an average size of the agricultural land area is 39 hectares. In Poland family farm is the one, economic activity of which is conducted by a separate farmer (who must have secondary or higher education or personally work in agriculture, or have an experience working on a farm for not less than 5 years), and the total area of agricultural land does not exceed 300 hectares. However, in Poland small farms function mainly with areas of 5-10 hectares and only 9% of agricultural households cultivate land that exceeds 100 hectares.

According to the Polish legislation, family farms that have annual income of less than 1,2 million euro do not have to conduct a record-keeping and give any financial reporting. For example, from the end of 90s at a distance of 100 kilometers from Warsaw, there is a family farm which successfully functions keeping 100 cows. Conditions for animals, process of milking and storage of milk on a farm is done in accordance with the requirements of the European Union. Determinant stimuli for functioning of this farm are favorable credits and possibility to bring in the sponsorship from the special agricultural funds. Also a considerable help in a farm management farmers get from a number of the government programs implemented by the government of Poland, one of which is the program of support for young beginning farmers which is called "Young farmer" [4].

Production of raw milk in Israel is concentrated in 951 farms, 773 of them are family farms, 163 – cooperative and 15 are agricultural schools. Average

annual yield of milk in family farms is: the highest - 13,7 thousand kg, and the lowest is 12,7 thousand kg (from 1999 – it is not lower than 10 thousand kg per cow) in a year per cow at the double milking in a day (more frequent milking adds 15% to the yield) at standard content of fat – 3,48% and protein – 3,2%. A record annual yield of milk from one cow is 18-20 thousand kg of milk. The Israel farmers explain high indexes of yields with a few reasons: endurance of the Israel type of holshtynska breed of cows (an udder contains 40-45 kg of milk); proper terms of maintenance in open cowsheds, where with the help of ventilators and "shower rooms" the temperature is 10°C below than out of it (this technology operates for more than 30 years); scientifically-neat ration which includes 15-20 components; high level of professionalism of farmers.

The production of milk in a country is clearly dosed, i.e. it is regulated both by general quota and individual – produce as much as the population can consume (in 2012 it was 1,3 million kg of milk). An annual income from one Israel cow is one thousand US dollars. In order that a farmer has profit, the Milk Production Council sets prices on raw milk. The state controls prices on food products – market milk, kefir, yoghurts [5].

Due to the broaden options for export of dairy products to the countries of the European Union, the problem of necessity of concentration of milk production is getting worse in Ukraine, that can be solved taking into account above mentioned European experience and creating milk agricultural servicing cooperative. Both ways will be analyzed in detail below.

In Ukraine the process of family farms formation started in 2009, but it was not supported with legislation. Creation of family farms nowadays is provided by a draft law № 1599 "About making alteration to some laws of Ukraine in relation to stimulation of creation and activity of family farms", that was accepted during the first reading in the Verkhovna Rada at the beginning of 2015. It is determined by the draft law, that a family farm is founded by same family members, who live together, have common housekeeping, and have mutual right and duties in accordance with the article 3 of the Family Code of Ukraine. A family farm can acquire status of legal entity or physical person - businessman – producer of agricultural products [6]. Registration of family farm will take place on a voluntary basis.

According to the draft law, family farms are included in the fourth category of subjects of small and midsize business for taxation that gives them right to use the simplified system of taxation and privileges of agricultural producers. One of significant advantages of family farms is collaboration with reprocessors without participation of mediators. It is also suggested to provide the simplified way of transformation of the private household, which is part of household into family farms, simplify the procedure of registration and organization of their economic activity and receipt of permission documents.

The Deputy Minister of Agrarian Policy and Food of Ukraine V. Lapa in one of his speeches stated that the member-states of EU create all conditions for

family farms, which are the main business entities in the agrarian sector, for expansion of agricultural production and for them to find the shortest way to the consumers. He also mentioned that the realization of the programme of creation and development of family farms would get support in Ukraine which would give an opportunity to increase the gross agricultural production 2025 on 10% [7].

It should be mentioned that family farms already function in Ukraine (according to different estimates up to 20% of total amount of households) but non-officially, not having legal status of agricultural producer but being the business entities in fact. Adopting the above-mentioned draft law will provide these households full participation in an agrarian market, stimulate creation on their basis the system of agricultural servicing cooperative and provide complex development of small forms of economic management in rural areas in future.

Thus, transformation of private household with one or two cows into mini-farms with not less than 10 cows will give an opportunity to provide the concentration of production of dairy raw material, upgrade its quality, create new workplaces, etc. Calculation data of the "Welfare of Communities" International Charity Fund confirm economic viability of creation and functioning of family farm, as family that have 1 cow does not get a net income from realization of milk at all (milk is used for self-sufficiency of family members with dairy products); keeping 2 cows – a monthly net income will be about 300 UAH; 5 cows – about 550 UAH; 10 cows – about 850 UAH. Registering family farms according to the simplified procedure, peasants will acquire status of self-employed individuals that gives an opportunity to sell their agricultural produce through the organized distribution areas. Nowadays the households lose 4 billion UAH every year due to not having such opportunity. [2].

In order to provide the stimulation to create mini-farms on behalf of the state it will be expedient to adapt the European experience of an additional charge for the increase of population of cows that will allow to stabilize development of the milk cattle breeding in Ukraine and domestic dairy products will approach the market of the European Union [8].

In some regions, in the Volyn region in particular, the set of the measures has already been worked out, they are grouped in nine programs of sponsorship of agroindustrial complex, five of them deal with the private household and two – partly directed to the improvement of their operating conditions. It should be mentioned that one of them is the "Program of support of the private household in regions for 2012-2016" according to which funds were given from the regional budget on purchasing the refrigeration equipment which costs 25 thousand UAH per one unit. Six households that have five and more cows took this opportunity [9]. In 2012 a grant on the partial compensation of expenses on purchasing the individual milking equipment was 16 million UAH [10]. Households that have not less than three identified and registered cows could get it.

In Dnipropetrovsk and Lviv Regions the Canadian-Ukrainian project of "Increase of competitiveness of milk sector in Ukraine" is operating. In particular, in one of villages of the Dnepropetrovsk region the starting complex of demonstration milk farm of family type for 60 cows is open, at the premises of this complex farmers can study 4 modules: veterinary science and breeding; keeping the cows; feeding; hygiene and quality of milk [11].

Thus, certain work in the separate regions of Ukraine in relation to support of functioning of the milk cattle breeding in the private household already exist and if they are adapted to the accrued family farms in the near time (even about 1-3 farms in every settlement) according to the above mentioned draft law, then in the nearest prospect it is possible to expect the achievement of optimal level of saturation of the internal market with milk and dairy products.

To grant financial aid for development of family farms particular establishment is to be created, that is payment agency through which the facilities will be attracted not only from the state budget but also from donor organizations, private business [12]. Budgetary support envisages the allocation of money from the budgets of different levels on indemnification of part of charges of family dairy farms. The direct programs are budgetary animal grants, that accomplish the program 2801540 "State Support of Animal Industry", the amount of is set annually, in accordance with the legislation (for 2015 250 million UAH is pre-arranged). Budgetary facilities are given for different types of grants. A grant on milk given from a budget to the producers that got and sold it to the processing enterprises that passed attestation on the production of milk, milk raw material and dairies. Every private household that hands milk over to processing enterprises must get from it not only the cost of products but also a VAT-grant, as processing enterprises do not pay the VAT to a budget, but pay as a grant to the suppliers of milk raw material. In accordance with the Resolution of Cabinet of Ministers of Ukraine from 02.03.2011 № 246 proprietors of private household that have 3 cows and more, are partly compensated the charges related to purchasing for their own use a new equipment for the individual milking of domestic production but in the amount of not more than 5 thousand UAH per unit. The equipment is bought for the personal funds, and then a cost is compensated from the state budget.

Important aspect during registration of family farms is calculation of labour experience and receipt of social help in accordance with the current legislation.

Milk processing enterprises demonstrate the personal interest in the development of raw materials base. Being in favour of creation and development of family farms they even invest their personal funds, assisting the acceleration of this process.

Transformation of the private household into a family farm will give possibility for the latter to create agricultural servicing cooperative of milk, through which it is possible to organize sale and processing of the finished goods, provide

farms with forage and technical equipment. Agricultural servicing cooperative of milk create conditions for common advancement of products from a producer to a consumer, common actions on the market and common supply of means of production and services [13]. European experience of cooperation proves the successful functioning of servicing cooperatives in a dairy household, which purvey the forage, cool and store the milk raw material, process and sell the products [14]. In Poland the milk cooperative "Mlekpól" that was founded at the beginning of 80s in the 20th century in Grajewo, functions successfully. This cooperative buys up and processes over 14% of the milk produced by the farmers of Poland. Nowadays part of the cooperative at the national market of milk is over 40%, it provides working places for 2,3 thousand workers and milk is supplied to the cooperative from 12 thousand farmers [15].

In Ukraine the Government develops strategy of support for private households and creation powerful cooperatives on their basis. A corresponding normatively-legal base is already formed, professional consultations are given in relation to their creation and functioning. Basic service that is provided by the cooperative is the purveyance of milk. For this a cooperative has one or several milk intake points within one village council. Depending on the needs of members of cooperative the purveyance of milk can vary from 1 to 3 times per day. The collected milk is delivered and sold to Milk Factory or other consumers (it can be budgetary establishments such as hospitals, schools, kindergartens) or at the food market, etc. The most advantageous is selling not raw milk, but processed dairy products. However processing needs expensive equipment but such capital investments are not possible on the level of village that is why they need to expect the support from the state. It is possible to combine efforts of a few cooperatives with the aim of creation of cooperative union for a purchase and installment of common processing equipment for production. For example, it can be a microenterprise producing specialized dairy products for children within the limits of one administrative district [16]. As there are only a few dairy-canning combines which produce this type of products functioning in Ukraine, they can not satisfy current demand to the full extent so creation of the specialized microenterprises will give an opportunity to solve the problems of providing of rural and urban children with liquid milk products.

The specialists from the Ministry of Agrarian Policy and Food of Ukraine are developing laws that refer to the strengthening of the small, middle farming and cooperative. The association of farmers in cooperative must give them right to access financing, new technologies of high quality, possibility to export products independently, but not with the help of large exporters. It should be mentioned that in the town of Dobrotvir, which is located in Lviv Region, agricultural servicing cooperative "Dobrotvoret'" functions successfully, which buys raw milk from peasants at price of 4-5 UAH per liter.

During 2015 in the southern and central regions of Ukraine within the framework of the project "Development of Dairy Cooperative" 60 family farms are to be created, the total sum of investments is 500 thousand euro. The above mentioned project begun in 2010, it is done by the International Charity Fund "Welfare of Communities" in collaboration with "Danon" company and public organizations such as "Agricultural Consultative Service", Socodevi (Canada). In 2014 on this program 30 family farms were created with an average population of seven animals and minimum five milch cows. The specialists of the project help peasants in reconstruction of cowsheds, give equipment (milking, drinking bowls, systems of illumination and ventilation, etc.) and give two tribal heifers. It is expected that due to the improvement of keeping and feeding conditions, automatic system of watering the cows, systems of climatization and illumination of a high quality and also the automated milking – the productivity of population of farms will grow on 15-25% and families will substantially decrease the amount of time spent on household issues. Accordingly, due to the increase of volumes of purveyance of milk and increase of its quality, families will be able to provide themselves with comfortable income and improve their standard of living [17]. "Danon" company together with the partners assisted creating 20 milk cooperatives during 2014 [18].

For example, using the funds of the above mentioned project in Kherson region in Velukolepetynskyi district on the base of agricultural servicing cooperative "Selena" the first family milk farm is open. At the creation the family farm got an equipment to the value of 4 thousand USD (milking equipment, drinking bowls, systems of illumination with the automatic regulator of switch on / off and ventilation, rubber carpets, electro-shepherd) and two tribal high-performance heifers of holshtynska breed (5 cows are kept now). In the district it is planned to open 3 or 4 more reconstructed family farms up to July 2015 and 1 – newly build. It should be mentioned that during the last 5 years the cooperative increased the collection of milk from 800 to 5500 kg per day. Milk is cooled down in a milk block and transported for processing to a plant in Kherson [19].

Conclusion. Summarizing the above-mentioned information, it should be noted that the improvement of situation in the dairy cattle breeding is possible by creating family farms on the base of households with the corresponding cow keeping conditions and balanced feed base; providing legislative conditions for the increase of population of cows in the private households up to 15-20 animals with the corresponding providing with equipment and payment of state grants for the saved population; stimulation of purchase of tribal animals by the households, and also by organization of servicing cooperatives united of production of milk.

The increase of volume of milk production due to breeding and keeping high-producing breeds of cows by private households will assist strengthening of food safety of Ukraine. Taking into consideration experience of Israel and other world leaders of production of raw milk, it is necessary to encourage breeding high-producing holshtynska breed of cows, keeping of which is assisted by the natural and

climatic conditions in certain regions of our state. Maiden attempts have already been done at support of the International Charity Fund "Welfare of Communities" and "Danon" company at creation of family dairy farm in Kherson region.

REFERENCES:

1. Agriculture of Ukraine for 2013: Statistical Yearbook. – K. : State Statistics Service of Ukraine, 2014. – P. 119.
2. <http://www.agroinvest.org.ua/>.
3. <http://www.ukragroconsult.com>.
4. <http://portala4.pl.ua/>.
5. Milk from ... Desert [Electronic resource]. – Available from: // <http://gazeta.dt.ua>.
6. <http://rada.gov.ua>.
7. Family Farms in a Village [Electronic resource]. – Available from: // <http://zdolbunivcity.net/simejni-fermy-na-seli/>.
8. <http://www.iaan.com.ua>.
9. Milk – in a Cold Place // The Native Village. – 2013 (November, 13).
10. Prsyazhniuk M. The Native village. My House is not et Edge // Announcer of the All Ukrainian Association of Village and Settlement Councils. – 2013. – № 2. – P. 4–5.
11. Prospects of Cooperative Movement // Milk Industry. – 2015. – №1. – P. 21.
12. Family Farm Time for Debate is Up // Exclusive Technologies. – 2015. – № 2. – P. 19.
13. Krysanov D., Udova L. The Concentration of Commodity Production in Households: Problems and Prospects / D. Krysanov, L. Udova // Agrosvit. – 2008. – № 4. – P. 9-19.
14. Jarosh M. Milk Production in Ukraine – the Main Challenges of Agricultural Policy / M. Jarosh // Animal Industry Today. – 2014. – № 9. – P. 40-42.
15. Milk Cooperative «Mlekpól» // The Polish Economy: Promising Sectors, Polish Companies and their Products: Report of the Ministry of Economy of Poland "Made in Poland". – Warsaw, 2014. – P. 16.
16. Krysanov D. Improving the Quality and Safety of Food in the Context of International Requirements / Challenges and Ways of Agrofood Development: col. mon. ; ed. acad. B. Pashaver. – K. : IEF NASU, 2009. – P. 266.
17. <http://www.ednist.info/news/10623>.
18. Prospects of Cooperative Movement // Milk Industry. – 2015. – № 1. – P. 20.
19. In Kherson Region the First Family Milk Farm // Milk and Farm. – 2015. – № 5 (24). – P. 10.

MANAGING BY THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF VITICULTURE IN ODESSA REGION

VLASOV VYACHESLAV,
*Doctor of Agricultural Sciences,
corresponding member of the NAAS of Ukraine,
Honored Worker of Agriculture of Ukraine
director of NSC “Institute of viticulture and wine-making named
after V.Ye. Tairov” NAAS of Ukraine*

GINGIN LYUDMILA,
*Senior Researcher, Head of the Laboratory
of innovative activity of Research
on intellectual property and marketing innovation
NSC “Institute of viticulture and wine-making
named after V.Ye. Tairov” NAAS of Ukraine*

POPOVICH VASILY,
*Doctor of Economics, associate Professor,
Dean of economic faculty,
Odessa state agrarian University*

BAKHCHIVANZHI LYUDMILA
*candidate of economic Sciences, associate Professor,
Odessa state agrarian University*

LOPOTAN LYUDMILA,
*candidate of economic Sciences, associate Professor
Odessa state agrarian University*

Abstract: *The trends of the vineyards productivity in the Odessa region during 1983 - 2012 are analyzed in the article with the use of statistical methods. The necessity of the vineyards productivity management for perspective sustainable development of viticulture is grounded.*

The trends in the development of viticulture in the Odessa region and justify the need to increase productivity as the basis for effective management of sustainable branch development in perspective are estimated. For the dynamics of fruit bearing vine plantations productivity analysis economic-statistical methods has been used : analytical methods for alignment of a number of dynamics and mechanical alignment based on calculating the average for the enlarged and moving periods; indicators of variation, tabular and graphical methods have been

used. The trends of the yield of grape plantations of fruit-bearing age in the Odessa region in 1983 - 2012 years are defined. It was found that the main reason for the high variation in yield vineyards fruit-bearing age in some years are ampelographic and environmental factors (topography, soil conditions, climate), which define the conditions for the growth and fruit bearing of vine plantation, keeping system of grape culture, etc. This indicates the substantial reserves of the yield size control through the introduction of innovative technologies and intensive cultivation of grapes. It is proved that the first priority in the justification of the strategy of sustainable and effective development of viticulture in the region should be the yield's management and it's forecasting, which takes into account the objective laws revealed by scientific research.

Key words: *yield capacity, viticulture, trends, analysis, sustainable development.*

Introduction. Viticulture and winemaking are branches of Ukrainian economy, with significant export potential and prospects of the world market. That ability of winemaking to represent Ukraine in the world market is an important factor of increased attention from the state and economic science to the problems of its functioning and development. Today the important research objective is methodological and practical support to the process of stabilization and creation of sustainable development of viticulture, wineries, the output of the field at international level, especially in terms of membership in the World Trade Organization and the European choice of direction and forms of international integration.

Problems of stability and development of the wine-growing sector are represented in the researches of eminent scientists of Ukraine, including A.M. Avidzba [1], B.V. Burkyns'kyi, I.M. Aheyeva, A.A. Brevnova [2], V.V. Vlasov [3], A.N. Garkusha [4], I.G. Matchyna [5] and others. However, the unstable development of the industry requires constant scientific support, since scientific backing of solving these theoretical and practical problems played an important role in the development of viticulture in the regions of Ukraine.

The article is to assess trends in the development of viticulture in Odessa region and the grounding for increased yield capacity as the basis of effective management of sector sustainable development in the future.

Materials and methods. Research material was compiled from statistical surveys in viticulture in dynamics for 1983-2012 years. The methodological basis of the study is the dialectical method of knowledge with an allowance of the system approach requirements and from the positions of necessity to study the dynamics of phenomena and applying techniques of factor analysis. The study of the dynamics of viticulture key indicators is based on economic and statistical method considering the fruiting frequency of grapevine plantation. Analytical and mechanical alignment of dynamic series based on the definition of mean for

enlarged and moving periods has been made in the study. Sustainability of indicators was assessed by using performance of variations. For a visual representation of the analysis tabular and graphical techniques were used.

Results and discussion. Market conditions of viticulture and wine production for the last 10 years were formed under the influence of the whole range of positive and negative processes taking place in economic and social life. However, for state and regional development of grape-wine products markets there are great prospects. Odessa region is among the five regions of Ukraine for the production and processing of grapes. Naturally - Odessa climatic conditions are favorable for growing grapes, which gives the ability to create both geographical and combine conveyors. The presence of own raw material base and capacities for grape processing provides advantages in the development of industry in the region.

The search for ways to stabilize the economic situation and efficiency of grape - wine sector is based on a thorough analysis of the industry and its elements. The most important statistic indicator of the viticulture development is yield capacity from 1 ha of fruit-bearing plantations, as in its level the influence of complex natural and economic conditions for the production of grapes, changes in farm machinery, technology, engineering and production organization is reflected. In turn, the level of yield capacity has a significant impact on the grape gross harvest and such performance of viticulture efficiency as the cost of production, productivity, investments, profitability and others. Therefore, the study of the yield capacity dynamics has a certain theoretical and practical significance.

In order to identify appropriateness in variation of vineyards yield capacity at the bearing age in Odessa region it has been analyzed their reached level that was formed during the period from 1983 to 2012. In statistical practice due to the periodicity of fruiting, yield capacity of vineyards is advisable to evaluate using mean by time intervals that determine its frequency. Therefore, to assess the dynamics, appropriateness and intensity of yield fluctuations in vineyards in the bearing age we used analytical alignment of dynamic series with the construction of linear trend and mechanical leveling of series based on determination of mean for enlarged and moving periods.

The dynamics of vineyards productivity in the bearing age is illustrated by graphic representation of the actual data and aligned rows (Fig. 1), where we can see the ups and downs of productivity phases. Thus, over the studied period the minimum level of yield capacity of grapevine plantings in bearing age was observed in 1998, and the maximum - in 2011.

The results of analytical alignment of dynamic series by linear trend ($\overline{Y}_x = 0,4773x + 42,2281$) give grounds to state with probability 95 % that the average annual yield of vineyards in the bearing age in Odessa area for the 1983 - 2012 grew by 0,48 cwt 1 hectare.

It is well known that the variation in yield capacity is affected by a number

of factors that depend on human activity, and those that are not at all subject to it (natural - climatic conditions). The “managed” factors include the use of organic and mineral fertilizers, use of chemicals (pesticides), the use of high-yielding varieties, introduction of comprehensive mechanization, intensive and industrial technologies.

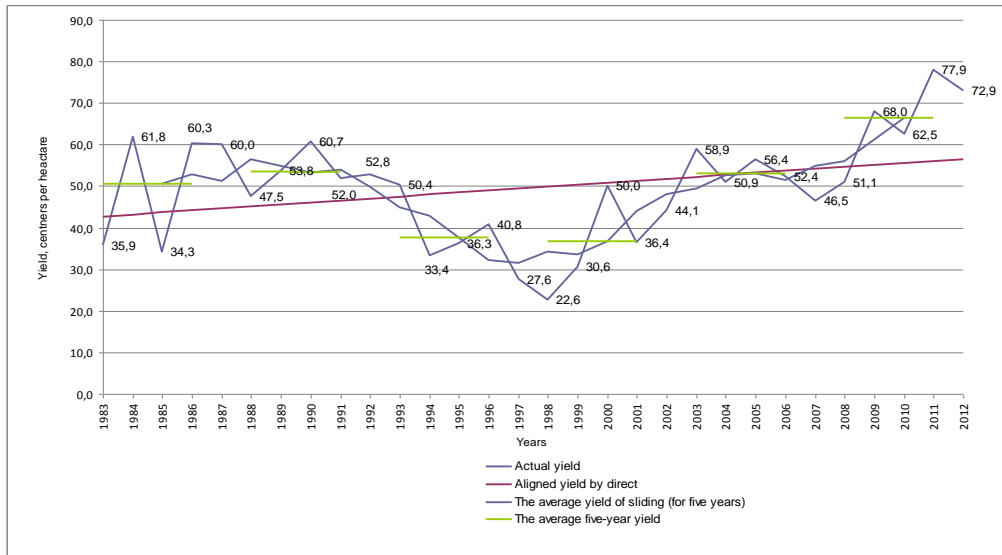


Fig. 1 Dynamics of yield capacity in vineyards in Odessa region for 1983 – 2012

The value of calculated coefficient of determination ($R^2 = 0,0975$) shows that for the period from 1983 to 2012 years in the annual variation of yield capacity levels of vineyards in the bearing age in Odessa region 9,8 % of this variation is linearly connected to factors dependent on people actions and random factors which are not influenced by human activities, cause 90,2 %, which is not natural, because at the current level of technology innovation in viticulture a significant influence on the yield capacity has agricultural technology of grapes growing. For more in-depth analysis of trends and variations of yield capacity in vineyards at fruit-bearing age we used a relative measure of variation, which was calculated by the formula:

$$v = \frac{\sqrt{\frac{\sum (y_i - \bar{y})^2}{n}}}{\bar{y}} \times 100\%$$

where y_i – is an actual value of the productivity of the grapevine planting in

bearing age at i -year; \bar{y} – is a mean value of productivity index of the grapevine planting at bearing age.

The average yield capacity of fruit-bearing vineyards for five-year periods varied with different intensity (Table. 1): from 14,0 % annual decline in 1993 - 1997 to 18,2 % annual growth in 1998 – 2002. And the average for the period 1983 - 2012 yield capacity of vineyards at bearing age in average grew by 2,5% annually.

Table 1. Dynamics and coefficients of variation of vineyards productivity at bearing age in Odessa region, %

Indexes	Five-year periods						1983-2012 – on the average
	1983-1987	1988-1992	1993-1997	1998-2002	2003-2007	2008-2012	
An average annual rate of productivity increase for five years	113,7	102,7	86,0	118,2	94,3	109,3	102,5
Index of variation of the grapevine planting productivity	24,9	8,0	20,3	26,3	8,2	13,9	26,7

Calculated coefficient of variation indicates that in general in Odessa region the annual random fluctuations of vineyards yield capacity at bearing age, related to climatic conditions, include in average 26,7 % of the total variation. This shows the mean time variability of yield capacity of fruit-bearing grapevine plantings. In some periods the deviations were less significant (Table 1, Fig. 2). Therefore, it is clear that the fight for sustainable grape harvests of fruit-bearing plantations is an important basis for sustainable development of viticulture in Odessa region.

To establish the major trends in variations performance changes for five years we also used linear trend model (Fig. 2). It was revealed a downward trend of yield fluctuations. This confirms the theory of the intensity of agricultural production, productive part of which is shown in the indicator of productivity, about increase of production sustainability in terms of achieving the optimal level of capital concentration per unit area of vineyards, and its quantitative performance feature is to reduce the coefficient of yield variation. Thus, one could argue that the priority for strategy substantiation of sustainable and effective development of viticulture in the region has become yield management, which takes into account the objective laws that were found in research.

To effectively manage the sector and obtain sustainable grape harvests the

present science offers to manage yield capacity on high enough level, but ampelographical and ecological factors show a much greater impact on yield formation that is why the introduction of intensive and innovative grape production factors is very relevant and important. That in fact is the main strategic direction of viticulture development in the region and in Ukraine in particular.

Role of intensification in the present conditions of limited resources and capital intensity of vineyards planting increases extremely, because the main requirement of the present stage of economic development is to provide priority races of final result increase compared with the costs of their production. Hence, you should develop a strategy of viticulture development based on yield management using modern innovations. Intensive technology provides intelligent use of material - technical resources in connection with the plants needs in a certain period of their development in accordance with programmable harvest. All working processes in the relationship are required to be programmed. This will increase the yield capacity of grapes and, most importantly, improve its quality, which ultimately will increase the mass of profit and high profitability.

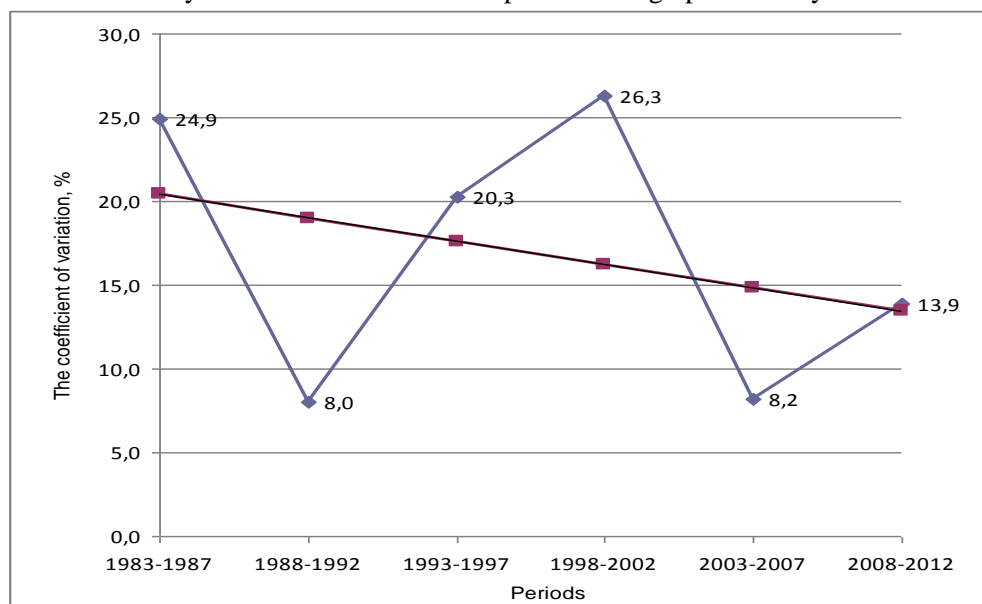


Fig. 2 Dynamics of variations coefficients of vineyards yield capacity in Odessa region for 1983 – 2012

Conclusions. According to evaluation of trends of viticulture development in Odessa region it was determined that the main reason for the high variation in yield capacity of vineyards at bearing age in some years are ampelographical and ecological factors (topography, the soil, climate) which determine the conditions of growth and grape fruiting, a system of culture, etc. This in turn indicates substantial

reserves for crop management through the introduction of innovative and intensive technologies of grape cultivation. Further studies will be directed to the basing of predicted grape production in the region in view of innovative branch development.

REFERENCES:

1. Avydzba A.M. Introduction of the scientific results of research NYVYv "Magarach" - perspective way of viticulture and winemaking development in AR Krym / A.M. Avydzba // Viticulture and Winemaking. - 2010. - № 2. - P. 2 -4.
2. Economic problems of viticulture and winemaking / [B.V. Burkynskyy, I. N. Ageev, A.A. Brevnov et al.] ed. Burkynskoho B.V. - O.: Institute of market problems and economic and ecological researches NAS of Ukraine, 2007. - 216 p.
3. Vlasov V.V. Urgent tasks of growers in connection with Ukraine's accession to the WTO / V.V. Vlasov, V.A. Scherer // Bulletin of Agricultural Science. - 2008. - № 4. - P. 41 – 42
4. Garkusha O.M. Forming of effective viticulture and winemaking sub AIC Ukraine: [monograph] / A. Garkusha. - Nikolaev: MDAA. - 2001. - 281 p.
5. Matchyna I.G. Economy of winemaking / I.G. Matchyna, A.N. Buzny. - Simferopol: Tavrida, 2003. - 256 p.

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AS A FACTOR OF FORMATION OF POSITIVE IMAGE OF AN ENTERPRISE

TUR OLESYA,

Ph.D. in Economics

*National University of Food Technologies,
Kyiv, Ukraine*

Abstract: *The Essence of the concept "corporate social responsibility" is interpreted and five basic approaches, on which its conception is based, are distinguished: instrumental approach; approach from the position of political influence; approach from the position of social requirements; approach from the position of ethics; complex approach. The basic types of subjects and objects of corporate social responsibility are systematized, and also a set of principles, on which their co-operation is based, is generalized. The structure of social responsibility is interpreted with regard to the specific of its objects. The necessity of introduction of the special systems of management for providing of social orientation of business is set. The influence of corporate social responsibility on forming the image of enterprise in two directions - internal and external - is analysed and relevant measures are proved for the purpose of forming of positive image of enterprise. The advantages of introduction of the business corporate social responsibility programs are systematized for the improvement of the enterprise image. The forms and methods of practical realization of the principles of the corporate social responsibility and directions of their influence on the image of the enterprise are systematized by way of example of the corporation "Obolon". The instruments are generalized that expose to the concerned parties the personalized influence of the company on steady development of territorial society, where it functions, and demonstrate its favour to the principles of corporate social responsibility.*

Key words: *corporate social responsibility, subjects and objects and instruments of realization of responsibility, enterprise image, social and nonfinancial accounting.*

Introduction. Globalization processes, that occur in the world, influenced the development of the economy of Ukraine, that caused the active involvement of representatives of domestic business to the international cooperation, i.e. to foreign economic activities and that is why the enterprise image plays more and more important role in steady development of enterprise, there is a necessity of the search of new forms of organization management. As a result the special interest is acquired by forming and including of conception of corporate social responsibility in economic enterprise activity of small and medium-sized businesses of Ukraine. In fact just it can provide the creation of additional advantages among competitors,

stimulate the trust of consumers, investors, strengthen the social-psychological climate of the staff by means of charity, patronage, sponsoring activity, additional social maintenance of the staff, making quality products, establishment of fair prices on products, provision with ecologically safe process of production and other forms of corporate social responsibility considerably promote rating of the enterprise. It is one of the important instruments of increase of the enterprise capitalization, reveals the access to the wide circle of investment resources, provides development according to three basic directions (economic, social, ecological).

Problem statement. The purpose of the study is to prove the influence of corporate social responsibility on forming of positive enterprise image.

Analysis of the latest researches and publications. The works of foreign scientists are devoted to the solution of questions and problems related to the development and introduction of corporate social responsibility of enterprises, in particular E. Herid [24], A. Carroll [23], F. Kotler [7] and others. Theoretical questions of the necessity of introduction of the principles of CSR are also examined in domestic literature: V. Vorobey [2], N. Didenko [2], O. Zinchenko [5], I. Komarnytsky [6], Kraplych [8] O. Shasha [12] N. Shmyhol [14] and others. But the corporate social responsibility from the position of influence on forming the positive image was not fully studied.

Basic material. A term "corporate social responsibility" (CSR) began to be used in 1970th, in international practice it is used for determination of the voluntarily obligations, undertaken by a company to upgrade the life and work quality not only of own employees, but also of the society and environment taking into account priorities of public social policy based on the productive activity and social investments. Legal basis in this question is now Declaration of Human Rights (1948), Pact of the UNO about economic, social and cultural rights (1966), 185 Conventions and over 200 Recommendations of International Labor Organisation, European Social Charter (1966), constitutions and other legislative acts of the countries. In 1999 K. Annan as the Secretary-General of the United Nations has started the initiative of the Global agreement with the aim of distribution of the principle of the human rights protection, standards of labour, anti-corruption drive and environmental protection on the strategy and activity of business communities in the whole world [9, p. 66; 16].

For more concrete understanding to essence of term "corporate social responsibility" its determination is analyzed (table. 1.).

Having analyzed the concept "corporate social responsibility" it is necessary to mention, that it was and is the subject of fundamental researches of many scientists and a very wide range of scientific, methodical and even practical approaches is here used. All of this gave an opportunity to distinguish five approaches to the conception of corporate social responsibility [17; 25]:

1) Instrumental approach means that an enterprise acts as an instrument for creation of the welfare, and all its social activity aimed at the achievement of

economic result. I.e., that operating in a such way, that the organization performs the economic function, producing goods and services necessary for the society and at the same time creating workplaces and providing maximization of income for shareholders.

Table 1. Definition of the concept «corporate social responsibility»

Author	Point of view	Source
The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)	Determines corporate social responsibility as "obligation of business to assist a fixed economic development, working with workers, their families, local community and society on the whole for the improvement of their life quality"	[7, p.5 - 20].
The Green Book of the European Union (2001)	Determines social responsibility of business as "integration of social and ecological aspects in daily commercial activity of the enterprises and in their cooperation with interested parties on a voluntary basis"	[18].
O. Zinchenko, A. Kharchenko	Consider CSR to be a competitive advantage of successfully functioning enterprise due to that the unproductive costs of the enterprise increase its market value due to the collective intellectual capital and goodwill, the competitiveness of products, services and assist the solution of social, ecological and economic problems of the society.	[5].
F. Kotler	Interprets CSR as an obligation of business to assist economic development working with employees, their families, local community and society on the whole with the aim of improvement of the life quality.	[7, p. 4].
R.Kraplych	Interprets CSR as responsible attitude of any organization towards its product or service, consumers, workers, partners, and also has active social position that consists in the harmonious cooperation with the society.	[8, p. 28].
International Business Leader Forum (BLF)	Considers social responsibility of business to be an assistance to the responsible business practice that gives a benefit to business and to the society, and helps to achieve social, economic and ecological fixed development through the maximal increase of positive influence of business on the society with simultaneous minimization of its negative influence.	[7, p. 5 - 20].

The source: formed by the author on the basis of the researches

This approach allows combining the interests of both shareholders and other concerned parties. But providing of maximization of incomes in a long-term prospect can require from business certain current spending on social and ecological aims. Namely instrumental approach, that determines the social responsible conduct of business, is the element of its strategic management and the necessary background of its efficiency and profitability [17; 24; 25].

2) The approach from the position of political influence, which is based on that, that the enterprises have ability to influence the society, and that is why, must responsibly use this ability. Thus under social force is understood the ability to influence the results of the important public processes for the purpose of solving of public problems regardless of political institutes. According to this approach the role of the enterprise can be examined in a narrow and wide value. In a narrow value the role of enterprise comes to the philanthropy, social investments and certain universally recognized duties before the local community. In the wide understanding - an enterprise must be responsible for those spheres in that the state is not able to protect the citizens [17].

3) The approach from the position of social requirements means that an enterprise has to concentrate its activity on the determination of social requirements of the society and satisfy them, thus assisting the strengthening of its positions at the market. I.e. the activity of any enterprise in the field of corporate social responsibility must be determined by the expectations of society from it [17].

4) The approach from the position of ethics, the main feature of that is an idea of ethic duty of business and separate managers to the society. Among the approaches of this group it is necessary to distinguish approach from the position of "triple bottom line" of J. Elkington, and normative approach from the position of the concerned parties of E. Freeman. According to the approach of J. Elkington each enterprise bears the economic, ecological and social responsibility to the society and thus ensures its vitality. But normative approach of E. Freeman enabled description of the internal and external relations between enterprises and groups of interested in its activity persons. According to this theory the enterprise bears the moral responsibility not to the society on the whole, but only to such concerned parties as: shareholders, workers of enterprise, suppliers, consumers and territorial communities in that it carries out its activity [17; 24].

5) Complex approach of A. Carroll, that suggested interpreting corporate social responsibility as an original "pyramid" that consists of economic, legal, ethic and discretionary (philanthropic) responsibility of organization to the society (figure 1).

Legal responsibility provides a necessity of adherence to the existent laws and its economic activity follows the existent legislative norms. Ethic responsibility requires from an enterprise operating according to the public expectations, that are not fixed by legal norms (sometimes even exceed them), but are based on the

existent norms of moral of the concerned parties. Discretionary (philanthropic) responsibility provides, that the organization will voluntarily satisfy the expectation of the society and direct its activity at support and development of the social programs, acting as a "corporate citizen"[23].

At the same time, it is necessary to mention that on the modern stage of the development of the society the abidance by economic, legal and ethic responsibility is the integral condition of ensuring of the vitality of the enterprises of any industry, but discretionary responsibility really can be the evidence of responsible attitude of the leaders and enterprise owners to the needs of the environment in that they function [17].

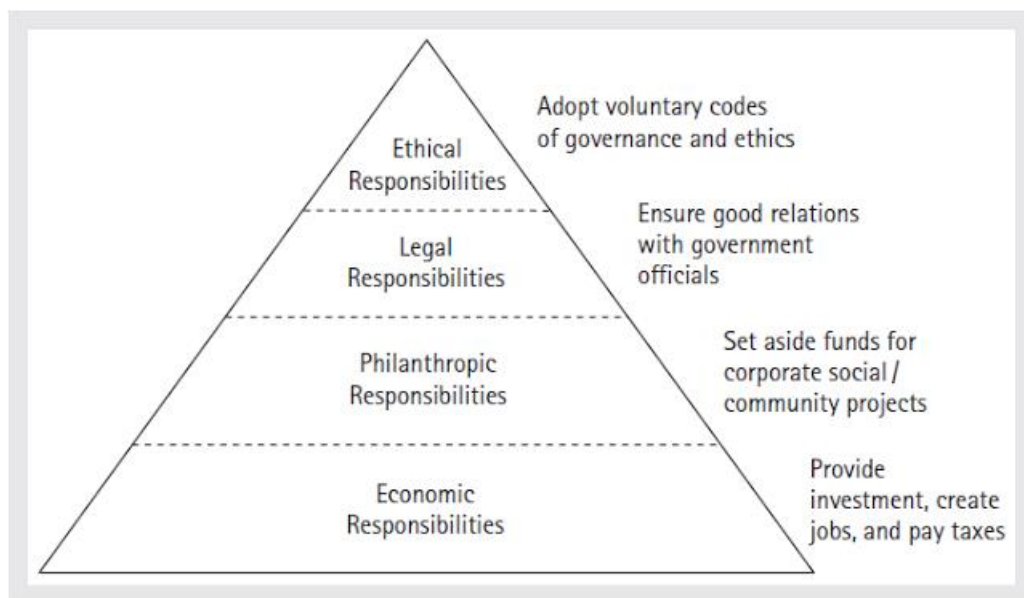


Figure. 1. The pyramid of the corporate social responsibility of A. Carroll

Source: formed by the author on the basis of [17]

Having studied different approaches to the concept "corporate social responsibility" it is necessary to define and study subjects and objects of corporate social responsibility for better understanding of the essence of this concept.

By the Law of Ukraine [15] the subjects of corporate social responsibility can be:

- physical persons are citizens of Ukraine, foreign citizens and persons without citizenship with civil legal capacity according to the laws of Ukraine and permanently live on the territory of Ukraine;
- legal entities registered in Ukraine and with permanent location on the territory of Ukraine (enterprises, organizations and associations of all

kinds, including the joint-stock and other types of economic companies, associations, unions, concerns, consortia, trade houses, intermediary and consultative firms, cooperatives, financial institutions, international associations, organizations etc), including legal entities with property and/or equity completely belonging to foreign subjects of economic activity;

- associations of physical and legal persons, that are not legal entities according to the laws of Ukraine, but have a permanent location on the territory of Ukraine and it is not forbidden for them to carry out economic activity according to the civil legal laws of Ukraine;
- structural units of foreign parties of economic activity, that are not legal entities according to the laws of Ukraine (branches, departments etc), but have a permanent location on the territory of Ukraine;
- joint ventures attended by the parties of economic activity of Ukraine and foreign parties of economic activity, registered as such in Ukraine and that have a permanent location on the territory of Ukraine;
- other parties of economic activity provided by the laws of Ukraine;
- Ukraine represented by its authorities, local authorities represented by the external economic organizations created by them, that participate in foreign economic activity, and also other states that participate in economic activity on the territory of Ukraine operate as legal entities.

The object of CSR is rather multilateral, as an enterprise bears the responsibility before many stakeholder.

Cooperation of the parties of CSR towards its objects must be based on the certain set of principles that express essence of this concept [10; 13, p. 130].

Such principles express the nature of the concept of CSR and characterize its essence. To them belong [13, p. 130]:

- openness means providing wide public with access to the information directly related to the activity of the company and its decisions etc;
- systemacy means permanent character of the undertaken actions in the field of CSR;
- significance indicates the large scale and actuality of the projects and programs in the field of CSR, that will be realized by the company;
- prevention of conflicts means that the company adheres to subordination and loyalty towards certain groups (religious, musical, political etc);
- authenticity means credibility of data and reports about realization of CSR.

At the same time, realization of CSR in foreign economic activity has certain features. Undoubtedly, any commercial company aims to make a profit. However an enterprise functions in social environment, and can not be separated from social problems and assistance in their solving.

The structure of social responsibility according to its objects consists of several levels: responsibility to the consumer, responsibility to the subordinates, responsibility to the society, country, responsibility to the shareholders or partners. The relations between the producers, consumers and society provides not only general obligations but also special in such aspects : care for health and safety of citizens; satisfaction of consumers expectations; justification for the prices; responsibility for the suppliers; responsibility is for those, who is engaged in realization of products (services); the ethics and decency is in the relations with consumers; open access to the information about the enterprise and products (services); permanent evaluation of the consumers necessities satisfaction level; priority of the consumers interests while solving the conflicts; honesty of the advertisement; timeliness of the tax payment; support of public movements for quality and charity; environmental protection. The duties of producers in the sphere of self-improvement can be based on the conceptions of the Total Quality Management (TQM) and provides the permanent improvement in such aspects: development of the leadership and forming of the system of enterprise values; consumer-oriented politics and strategy; planning of quality improvement; measuring and analysis of the activity and results of the enterprise; attitude towards own staff; involving the consumers into the processes of improvement; relations with partners including suppliers and resellers; processes management and their improvement; systematic self-assessment of real level of the perfection; resellers (sellers of the products and services); ecological management; modern energy-saving technologies; procedure of the collection and treatment of information from the consumers (complaints and suggestions) [6].

As we can see the corporative social responsibility (CSR) creates the new economic phenomena in relations between the state, business, staff, consumers, shareholders and other concerned persons. And also CSR helps to manage effectively the conflicts of interests in the external and internal environment of the organization by means of such instruments, as social investments, capital investment in the development of social dialogue with the concerned persons, social partnership, corporate communications and social accounting. As great hopes are set on the social role of business now, because large companies become the new center of power, from that the society expects such implementation of social functions, that can be compared with the scales of its resources. Thus CSR not only stabilizes the current situation, brings an indirect profit but also assists the permanent increase of the indexes of the company efficiency in a long-term prospect [11; 14 p. 212]

It is necessary to realize corresponding management systems in order to ensure the social business orientation. As a rule, general requirements to such systems are determined by the international standards. Thus, the system of quality management, which is based on the international standards (ISO 9000), can assist the permanent observance of rights and ensuring the consumers satisfaction of the

quality products (services) receiving. It is reasonable to introduce the Occupational Health and Safety Management Systems (OHSAS 18000) in order to provide the own staff with secure conditions of health protection. The system of ecological management in accordance with the standards of ISO 14000 creates the conditions for the successful and purposeful environmental protecting from negative influence of the company. Standards of SA 8000 (Last version of the International social responsibility standard of ISO 26000) are directly aimed at the assistance to the ethic behavior of the companies, that: assists the steady development including health and welfare of the society; takes into account the expectation of the concerned parties and complies with the used legislation; complies with the international standards of behaviour and is integrated into the activity of the whole organization. The normative requirements of these standards represent the concrete terms of the ILO Convention about forced labour, associations freedom etc, and also of the Universal Declaration of Human Rights and of the UNO Convention on Children Rights. The abidance by the mentioned standards significantly reduces the risks that the company will violate the ethic norms. The Charter on polite corporate behaviour was created by the Japanese business federation. All the charter members must voluntarily undertake social obligations to their workers. The Charter enunciates the freedom of thoughts and approaches and points out the legality as primary condition of the social responsibility [8; 19].

The involvement of the relevant management systems in the activity of the enterprises gives an opportunity to integrate into a local environment, because the enterprises contribute to the society, especially to the local communities, creating workplaces, providing with salary, material welfare and tax revenues. From the other side, the enterprises depend on a health, stability and welfare of the society, where they work. For example, they hire the majority of the workers from local labour markets, it means, that they are interested in the society to need the skilled employees. Besides the local residents can be the consumers of small-to-medium businesses. The reputation of the enterprise in local surroundings, its image as an employer and producer, and also as a player on a local scene, undoubtedly, will become better, and it will be the evidence of the social responsibility of the enterprise [2; 9, p. 67].

That is why the corporate social responsibility of the enterprise influences the forming of the image of an enterprise in two directions: internal and external.

The internal image of the enterprise is formed with help of the following elements: financial planning; effective human resources policy (human resources management, choice and hiring of personnel, professional studies, preparation and development of personnel, evaluation of personnel work, optimization of quantity of workers, salaries and emoluments management, labor and health protection of personnel, providing with proper social and living labour conditions, forming and management of corporate culture, brandname style, and also image of leaders and personnel); politics of sociocultural development (housing, creation and support of

own creative and scientific collectives among the personnel, networking of social establishments, forming of the rest programs for personnel) [12, p. 67].

To the external belong: ecological programs and programs of products quality, educational programs and support of scientific researches, programs on cooperation with state and local government, programs on support of culture and art, philanthropic programs, patronage, sponsorship etc [12, p. 67].

It is necessary to apply the following measures in order to form positive image of an enterprise: monitoring of expectations and needs of target audiences; to react in time to the social problems of personnel and general public; to use social responsible politics towards the partners; to improve the management quality; to use the high technologies; to extend the list of products and the range of services; to improve labour quality of the personnel and promote the welfare of general public by introduction of the corporate social responsibility programs; to provide information about activity and current status of enterprise to the target audiences by all communication channels (for example, the effective method of providing information about corporate social activity of enterprise is the annual social accounting); to improve the external and internal relationships of enterprise with target audiences [12, p. 68-69].

The striking example of corporate social responsibility is a corporation "Obolon" that always adheres to the principles of openness, transparency, systemacy, clear planning and effectiveness. And it is proved by joining of the corporation in 2007 to the UNO Universal Agreement, thus it has confirmed the status of a responsible and transparent company. Now all 10 enterprises of the corporation cooperate actively with local communities, support sociocultural life, leisure and develop the local programs. The corporation assists the restoration of schools, hospitals and churches and also assist the functioning of local libraries [26].

In 2008 "Obolon" was the first corporation among other enterprises of food industry which has simultaneously certificated four control system having realized the project of integrated management system: quality management system (ISO 9001:2008) - the system improves the quality not only of the products but also of business processes optimizing business processes in the sphere of management, prudence and agreement; food products quality management system (ISO 22000: 2005) - the system guarantees the food safety to consumers of "Obolon" products during the drink life cycle; ecological management system (ISO 14001: 2004) - the system provides the balance between the profitability of corporation and reduction of the influence on the environment, and also provides the mechanisms of effective ecological management; hygiene and labour safety management system (OHSAS 18001: 2007) - the system guarantees the safety of labour conditions in the enterprises of the corporation, helps to control and reduce the risks of the personnel health, probability of accidents and to promote the efficiency of work [26].

Every year "Obolon" conduct the international supervision audit of integrated management system. Due to the introduction of integrated management system the

corporation "Obolon" attained: increasing of income and strengthening of market positions due to the flexible and rapid satisfaction of the market needs; gaining the confidence of the basic concerned parties and involving the new business-partners (partnership with Molson Coors, Carling beer); expansion of the export area and strengthening of the reputation on the international arena (the products of the company "Obolon" are presented in more than 40 countries of the world); minimization and optimization of expenditure and resources, reduction of time of the cycle due to the effective use of the resources (power-efficient projects, ecological politics); minimization of unforeseen financial and moral expenditure in the case of force-majeure circumstances (loyalty of customers is in the conditions of sharpening of the crisis phenomena); motivation of the employees to the responsibility for the working data, correct problem statement to the corporation [26].

Due to the long-term social investment program "Obolon" support every year a wide range of important events, reasonable projects and volunteer initiatives, namely [26]:

1. In 2012 and 2013 "Obolon" acted as a partner of the charity project of supporting of the children with Down's syndrome, - the initiatives of the Obolon district authorities in Kiev and of the public organization "In children's hands".

2. In 2012-2013 the corporation invested over 1,2 million grn. in Khmelnytsk region. The children's playgrounds were placed within the framework of the project, the program for neighbourhood improvement was realized etc. Also in 2013 the malt plant JSC "Obolon" supported the program "Bibliobridge" for informatization and computerization of libraries in Chemerovets'kyi district.

3. Two years in succession the volunteers of company conduct sport events on the football stadium "Obolon-arena" to the International Day of the Child and to the school-leaving parties.

4. For a long time the company "Obolon" assists four children's home in Kyiv and its region. In 2012 the company gave financial aid over 65 thousand grn. and presented own products to low-income families in the region of the capital.

In general within the framework of the social investing programs "Obolon" is engaged into the reconstruction of schools, restoration of cult buildings, renovation of hospitals in the regions with corporate enterprises. In particular, in 2013 "Obolon" gave financial aid of 98,6 thousand grn. to renovation and restoration of religious objects in Fastiv and over 128 thousand grn. to support a district hospital and local schools in Ohtyrka [26].

For a long time "Obolon" improves partnership with public organizations, charity funds, government agencies and also religious, cultural and educational associations. In 2013 the company "Obolon" presented over 318 thousand. liters of its products to partner associations, organizations in the regions with its manufacturing companies. At the same time the total charity production fund cost over 1,8 mln. grn [26].

Beginning from 2001 traditional "Day of Donor" occurs in the enterprise. Within the framework of the event the movable laboratory of Kyiv municipal hemotransfusion center is placed for volunteer donors on the territory of the enterprise. In 2013 over fifty employees of "Obolon" took part in the "Day of Donor". The initiative resulted in collecting of 19 liters of blood that was transferred to the Kyiv hospitals and hemotransfusion station of the capital [26].

For the purpose of development of the educational programs in Ukraine and popularization of knowledge of Ukrainian in 2005 corporation "Obolon" started to support the International competition of knowledge of Ukrainian named in honour of P.Yatsyk. The project attracts the connoisseurs of language in the age of 9 to 21, and the winners of language marathon get encouraging bonuses of 3-6 thousand grn. depending on the age category [26].

From the nineties the corporation "Obolon" started cooperation for supporting of the Children's and Youth Sports School of Olympic Reserve (CYSSOR) "Change", where 735 pupils study today. In course of time the development of sport became the priority vector of CSR strategy of the company [26].

Except social projects the corporation carries out ecological projects. And since 2003 "Obolon" began realization of the own program for the recycling of plastic wastes. In Oleksandrija of Kirovohrad region an innovative line was set for the recycling of PET-container wastes without harmful influence on the environment that allowed getting final product - packing tapes, boxes, chairs etc [26].

In 2008 corporation "Obolon" also was the first in Ukraine which started the recycling of sparging, as a result we can see: the formation of moist sparging wastes went down on 91% during five years; the improvement of the sanitary state of the territory; the reduction of gas emission from motor transport thanks to the declining of the amount of moist sparging transportations [26].

The corporation pays a considerable attention to the labour collective, as in 2013 with the aim of introduction of the best labour practices in its enterprises "Obolon" in a collaboration with UPO "The league of social workers of Ukraine" (LSWU) took part in the project "Again to work: reintegration of mothers and fathers into professional life after maternity leave", that occurs with support of European Union. The task of the project is the creation of favourable conditions for fathers and mothers, who went back to work after maternity leave, and also workers who has children under the age of 3 [26].

Thus, the sphere of corporate responsibility of the company is management activity in the sphere of ecology, industrial safety, labour protection, development of personnel, mutually beneficial relationships with all parties concerned. The evidence of this is annual nonfinancial report about the efficiency in the sphere of CSR. As year after year the corporation takes part in charity and public initiatives, governmental programs and starts own social initiatives. Each year the company forms a social budget and gives a considerable part of the products in order to realize public programs.

Having studied the corporate social programs of corporation "Obolon" we can confirm, that they have good influence on the image of the enterprise. And among the mostly mentioned advantages of the introduction of the business corporate social responsibility programs that improve the image of the enterprise, we can distinguish such advantages as [6]:

1) Improvement of the efficiency of production processes due to the necessity of finding, for example, hidden measures of invention of the methods of gas emission reduction or adaptation of the production to the technological, sanitary, ecological standards;

2) Increase of motivation and productivity of workers as all workers of company at the same time are citizens, consumers, parents and residents of certain city, concern for the community, for the society will be transformed into a concern for workers.

3) Psychological factors of motivation, concern for workers help to create a stable socialpsychological climate in the organization that assists the efficiency of labour;

4) Increase of business and general public image of the company lowers the risks of possible loss of markets, improves the access to the new markets due to better image of the companies.

An important instrument that informs the concerned parties about the influence of the company on a steady development of the society and demonstrates their adherence to the principles of corporate social responsibility is the social or nonfinancial accounting. These are the reports of the companies that contain information not only about the results of financial and economic activity (income, dividends, investments, compensation to the employees, reputation etc.) but also about social (health protection and safety, labour relations, business ethics, cooperation with local people etc.) and ecological (use of energy, carbon emission, use of earth and ecosystem, technogenic accidents, compliance/non-compliance with the ecolaw etc.) rates [3; 4; 22]. It is public and is examined as an instrument of informing of different groups of the influence of the company (shareholders, employees, partners, clients, local community, wide public, government, international association and society) about that how fast the company realizes its strategic plans for the achievement of aim for providing the economic stability, social welfare and ecological stability [3; 22].

Nonfinancial accounting of the company can be prepared and performed in different formats (standards). There are four basic formats [1; 3-4; 20; 22]:

1. report on CSR-activity (a social report, report on the social and/or ecological projects of the company). It is the easiest nonfinancial report that is prepared by the company. It is written according to the own structure of the company, to the indexes that are determined by the company, because there are no requirements. Generally such report is a list of social projects of the companies and does not require an audit.

2. report is on the progress of realization of the principles of the Global agreement (COP - Communication on Progress). Report on the progress (on the implementation of the principles of the UNO Global Agreement (GA)) – it is one of the most widespread and easiest forms of the nonfinancial accounting that does not require an audit. Global Agreement is based on ten universal principles that are distinguished according to the spheres: human rights protection, environmental protection, labour protection and anticorruption measures. Report on the progress is annually obligatory for those companies which are the signers (the members) of the UNO Global Agreement.
3. A report on steady development. This report is the most difficult nonfinancial report, because it is prepared according to the requirements of the system of Global Reporting initiative (GRI), it means that it is prepared according to the standardized system of accounting of economic, environmental protection and social activity, and has clear indicators that have to be mentioned by the company in the report. It must contain five parts: vision and strategy; organization profile; management; GRI index; activities.
4. A report according to the standard of AA1000 (Account Ability). AA 1000 standard is created by the Institute of Social and Ethical Account Ability. This report is based on the dialogue with stakeholders, and takes into account their thoughts during the analysis of the activity of the company. According to the requirements of the standard the basic stages of the process of social accounting are planning (identification of stakeholders, determination of values and tasks of the company), accounting (determination of the most important questions, collection and analysis of the information), preparation of the report and audit by the external organization. The standard of Account Ability (AA1000) is aimed at assistance to the organizational accounting in order to secure steady development by means of providing with the quality of nonfinancial report, audit and accounting.

The nonfinancial accounting of the companies as an instrument of socially responsible business plays an important role in the improvement of the activity of the companies and increase of their competitiveness on condition of market environment.

Conclusions. Introduction of corporate social responsibility is possible on condition of achievement of steady development of independent and responsible enterprises, organizations, companies. CSR must correspond to their long-term interests and assist the achievement of the social welfare, safety, wellbeing of citizens, environmental preservation, human rights protection etc. The effect from introduction of CSR politics shows up in forming of positive image, improvement of reputation and goodwill, forming of close connections with target audiences. Although forming of positive image according to the principles of corporate social responsibility is a continuous process and is aimed at the prospect. This process requires a lot of money. As a result an enterprise gets great advantages. Therefore

the realization of corporate social responsibility must occur without interfering of state and its responsible institutions into the economic activity. Excessive control over such activity deprives CSR of voluntarily spirit, socialdirected activity of the enterprises or companies. Control over CSR must be based on the dialogue of the state, public organizations and business representatives.

REFERENCES:

1. Vorobey V. Non-financial accounting: an instrument of social responsible business / V.Vorobey, I. Zhurovska - K: UN Office in Ukraine // Universal Agreement initiative in Ukraine. - 2010. - 84 p.
2. Didenko N.G. Urgent studies of social responsible business in the EU member-states / N.G. Didenko // Collection of scientific works of Donetsk National University of Management "Philosophical and psychological-pedagogical basis of management". - 2011. - P. 77-83.
3. Yevtushenko V.A. Assessment of CSR: methods, objects, indexes/ V. Yevtushenko // Bulletin of the National Technical University "KPI". Technical progress and efficiency of production. - 2013. - № 46. - P. 53-63.
4. Zinchenko A.G. Corporate social responsibility: models and management practices: textbook / A.G. Zinchenko, M.A. Saprykina, The Center "CSR development". - K: Issue: "Farbovanyj Lyst", 2011. - 480 p.
5. Zinchenko O.I. Corporate Social Responsibility in Ukraine: realities and prospects of development [Text] / O.I. Zinchenko, A.M. Khimchenko. -Business-Inform. - 2013. - №4. - P. 281-286.
6. Komarnitski I.F. Business Social Responsibility as a tool of management of modern enterprises / I.F. Komarnitski, Galushka Z.I. // Scientific works. Economics / ("Bukovina University"). - Issue 5 - Chernivtsi: Books - XXI, 2010. - P. 78-91.
7. Kotler F. Corporate Social Responsibility. How to do a lot of good for your company and society [Text] / F. Kotler, N. Lee.; Trans. from English. S. Yarynych. - K: Standard, 2005. - 302 p.
8. R. Kraplych. Corporate Social Responsibility of Ukrainian Business: Experience Foundation Ostrog: Textbook for business and non-profit organizations / P. Kraplych. - Rivne, 2005. - 74 p.
9. Kulhuk T.I. Current state and future development of projects of corporate social responsibility in Ukraine / T.I. Kulhuk // Magisterium. Economic studies. - 2014 - Issue. 56. - P. 66-69.
10. Nikitina L.N. Main basic characteristics of the corporate social responsibility system / L.N. Nikitina // Bulletin of the VGU. Series: Economy and management. - 2010. - №1. - S. 78 - 86.
11. Petrushenko Y.M. Formation of the positive social responsibility institution / Y.M. Petrushenko, Doudkin O.V. // Scientific works of Donetsk National Technical University. Series: economic. Issue 37-3. - Donetsk National Technical University. - 2009. - P. 25-31.
12. Shasha O.I. Corporate social responsibility as a factor of formation of positive image of the enterprise [Text] / O.I. Shashai // Collection of scientific works "Vestnik of

- NTU "KPI": Technical progress and efficiency of production №16 - Vestnik NTU "KPI". - 2012. - P. 65-69.
13. Shevchenko T.P. Subjects, objects and features of corporate social responsibility in foreign economic activity / T.P. Shevchenko // Bulletin of the National Technical University "KPI". Technical progress and efficiency of production. - 2013. - № 45. - P. 128-132.
 14. Shmyhol N.M. Introduction of the elements of corporate social responsibility in company management: strategy, income, efficiency / N.M. Shmyhol // Bulletin of Zaporizhzhya National University. Economics. - 2009. - № 1 (4). - P. 212-214.
 15. About Foreign Economic Activity [Electronic resource]: Law of Ukraine of 16 November 2006 p. № 360-V // The Verkhovna Rada of Ukraine. The legislation of Ukraine. - Available from: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=360-16>.
 16. Blog of Eugene Trishin - Marketing "Marketing in Ukraine" "CSR - corporate social responsibility» // [Electronic resource]. - Available from: http://www.ua-marketing.com.ua/?page_id=667.
 17. Hrytsyna L.A. Evolution and formation of the concept of corporate social responsibility of enterprises / L.A. Hrytsyna // [Electronic resource]. - Available from: http://www.rusnauka.com/5._NTSB_2007/Economics/20157.doc.htm.
 18. Green Paper of the European Union [Electronic resource]. - Available from: http://www.rspenergy.ru/main/static.asp?art_id=1552.
 19. The international standard ISO/FDIS 26000 "Guidance on Social Responsibility» // [Electronic resource]. - Available from: http://www.ksovok.com/doc/iso_fdis_26000_rus.pdf.
 20. The official website of the Center "Development of corporate social responsibility» [Electronic resource] - Available from: <http://csr-ukraine.org/>.
 21. Social Responsibility of business: interpretation and implementation [electronic resource] - Available from: http://www.un.org.ua/files/Concept_Paper.pdf.
 22. What is the non-financial accounting and who is interested in it? / Official site CSR Marketplace [Electronic resource] - Available from: <http://www.csrinfo.org.ua/>.
 23. Carroll Archie B. The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders, Business Horizons, July-August 1991 <http://bas.sagepub.com/cgi/content/refs/38/3/268>.
 24. Elisabet Garriga, Domènec Melé Untangling the Jungle of Corporate Social Responsibility Theories, Journal of Business Ethics 53: 51-71, August 2004. <http://www.iese.edu>.
 25. Frans Paul van der Putten. A Research Agenda for International Corporate Social Responsibility, NRG working paper series November 2005 no. 05-09 <http://www.nyenrode.nl/download/NRG/workingpapers/NRG05-09.pdf>.
 26. Report on current development of «Obolon» corporation. [Electronic resource] – Available from : http://report.obolon.ua/ua/successful_practices/1?classID=456.

MARKETING INFRASTRUCTURE IN PRICING OF CROP GROWING

BODNAR OLGA,

Ph.d in economics, senior researcher,

head of department of pricing,

conditions and market infrastructure

National scientific centre “Institute of agrarian economics”

National academy of agrarian sciences of Ukraine

Abstract. *There is analyzed marketing infrastructure for crop growing in Ukraine. The author compared the state of infrastructure for exporting and nonexporting crop production. There are expounded experience and weak functioning of domestic marketing cooperatives, food fairs, wholesale markets, supermarkets. The article has directions of government to support these groups. There is heightened attention on the problem of updating current service quality control of vegetables, melons, fruit crops and potatoes. The state of and prospects for expanding network storage vegetables and potatoes are investigated. The article has features of the price chain "producer-consumer commerce" in sales in the wholesale markets. There are proposed areas of marketing infrastructure improvement by restoring consumer cooperatives, creating the proper material and technical basis for sorting, processing, long-term storage and delivery to the sales organization units such as procurement cooperative funds cooperative producers, local budgets and providing for the said purpose soft loans.*

Key words: *cereals, oilseeds, vegetables, potatoes, price, marketing cooperatives and wholesale markets, fairs, supermarkets, logistics, quality and price.*

Relevance of the topic: Important part of pricing in the crop production pricing is infrastructure. Its degree has a leading role in shaping the institutional links between efficiency and price relationships in the chain "producer-processing-trade- consumer". Functioning infrastructure in production and turnover of crop production mainly aimed at maintaining product quality, grown harvest loss reduction, crop production transportation to point of sale. The study of these problems requires proper attention. There are problems with the sale of potatoes and various vegetables. There are not capacities for primary processing of crop productions -desiccation, salting, pickling and others. There are not working numerous canning, starch and molasses factories and other enterprises of the former food industry.

Analysis of recent research and publications: Problems of distribution and production of agricultural market infrastructure, including market crop productions considered in studies of such scholars as Voloshchuk K. [1]

Voskobiyuk Y., Lupenko Y., Malik M. [2], Rozgon A. [3], Taran V., Ushachov I. [4], Shpychak O. [5-6], Shubravska O. [7] and others [8-9].

Statement of the problem: The aim of the article to study the state of marketing infrastructure of crop production, its possibility of delivering productions to the consumer, providing product presentation, offer direction of improvement in order to increase the effectiveness of the pricing mechanism for agricultural products.

Summary of the main results of the study: Infrastructure, as well as crop production is quite varied. It is important for the normal, uninterrupted operation for all the relevant product markets. Because of Reform for Agricultural Economics infrastructure should be developed in close coordination with the change of ownership and modern rules of market turnover. Studies confirm that the success of grain markets and oilseeds largely due to preserving previously created timely and appropriate infrastructure modernization. Relatively industries such as potato, vegetable, melon and others, with the elimination of existing and specialized farms while infrastructure was transgressed. There is an urgent need for a procurement system. Advanced harvesting and marketing infrastructure that was created in the Soviet Union lost. Eliminated procurement office of former Ukrkoopspilka served trade flows of vegetables, potatoes, fruits from individual households, and directed them to the trade, including the network of neighboring European countries.

The vast majority of potatoes, vegetables and fruit produced in subsistence and farms with no permanent channels of marketing, and therefore the acute problem of surplus output. It should be noted that in Ukraine in 2012 there were 4.3 million subsistence and 40.7 million farms. Analysis of the current state of marketing infrastructure shows that at present it can not be considered sufficient, especially with regard to the provision of services and the formation of small private farms. They produce potatoes, vegetables and fruits are promoted mostly by selling "hands" several intermediaries. Particularly acute problem in villages located far from suburban areas, where there is an established system connections to regional centers. A significant portion of output fed to livestock or spoiled. It comes through one or more intermediaries to the end user, or in a position to farmers exported to natural markets. Experts estimate the Union agricultural service cooperatives Ukraine loss of private farms over the sale of products to intermediaries compared with cooperatives in 2011-2012 was: vegetables, 14.2 billions UAH, potato 8,7 billions UAH, fruits and berries -11,7 billion UAH [10].

Currently there is no approved programs of development of market infrastructure, which would include reduction schemes such as transactions, eliminating intermediaries in the sale of farmers own products. Expansion of various companies to provide services to producers regard as an essential condition for successful development of agricultural production, improving the competitiveness of small farms, improving employment, and hence the socio-economic condition of the

villagers. Small producers required to adapt to the requirements of the WTO and the EU on producing high quality agricultural products. They must not only be full citizens, but also full, worthy producers needed public goods. International experience of many countries shows that each worker employed in agriculture accounts for up to five employees in service areas. [11].

For lack of proper material and technical base of vegetable and potato industries are deficient level of mechanization. A significant number of products grown spoiled and not used for other purposes. The state began to implement programs of creating the markets, construction, greenhouses, and vegetable stores. Unfortunately, these plans are not communicated to a wide range of rural workers. There are important efforts to reach accord in directions. On the one hand, the state must supported farms, on the other hand to support the creation of procurement and other specialized agencies.

Markets of potatoes, vegetables fruit crops remain problematic for long time. Radical improvement needs service quality control crop production. There are numerous cases of sale of vegetables, melons grown with excessive use of chemicals. External presentation usually provides no basis for quality control. Price does not reflect the real quality index. Violations are only using the purchased product.

The proposed method of analysis of pricing that comprehensively examines the production process, the possibility of market infrastructure and functioning markets directly crop production and effectiveness of these links to both farmers and end consumers of food, leads to more specific and focused we implemented the state regulatory measures.

The state intensified its efforts for the establishment of rural production cooperatives divers recently. Positive experience accumulated in almost every area. The scientific literature have enough substantiates expediency functioning cooperative forms of production. The Ministry of Agriculture actively work in the direction of the village this method of management. Funding for these programs was assumed at the expense of respective budgets and international projects, working in Ukraine. There is supposed to conduct pilot projects in various fields based on the local community and small businesses that have the examples of specific real conditions contributed to the functioning of cooperative working off units.

An example is the joint EU-UNDP "Local Development CBA" working in Ukraine since 2008 and supporting rural communities and households to improve their economic situation. In support of economic initiatives of pilot rural poor households assisted in the union of agricultural service cooperatives. Their function is to processing and saleproducts. [12]

Also the commercial and procuring activities in rural areas may make consumer cooperatives. Sale of products will be produced on departmental Ukoopspilka markets. There is expected to create full-fledged jobs for direct producers. Also important for small agricultural producers are receiving financial

support that may through access to state subsidies and credit, which can provide a credit card and consumer cooperatives [13].

Ukraine has a number of scientific developments regarding the functioning of cooperatives. Including the Agrarian Union together with the NSC "Institute of Agricultural Economics" developed recommendations on methods of formation and operation of grain agricultural cooperatives. They are in the presence of storage facilities will take over the functions of storing grain, including grain for domestic needs of agricultural companies providing services to members of cooperatives at much lower rates than market. Besides cooperative has engaged in monitoring and analyzing information on the price situation on the market products that it serves to orient the producer, as he conduct sales policy. Example of cooperative grain it is "Globinskiy pool" in Globino, Globinskiy district, Poltava region [2].

Unfortunately today in terms of quality of service and agricultural service cooperatives in most cases do not meet the growing needs of agricultural producers and their customers. There are sold 70% products through agricultural service cooperatives in the EU and 60% – in the US and Canada [10].

The main goal – rise and cheaper products produced, the extension of its sale. This should be directed towards uniting the efforts of state and farmers. This action toward optimizing production as the first link in the chain of pricing, creating conditions for the required number of market resources through a proper land use and environmental conditions.

One of the thorniest problems in Ukraine vegetable-potato subcomplex serves no effective logistics. Because the produced potatoes are not distributed, about a third of the gross harvest is fed to livestock and poultry that are not economically viable.

Researchers estimated pricing department NSC "Institute of Agrarian Economics", more than 80% of potatoes sold in the market is stored in cellars and basements farmers. Potato production in the southern region does not provide the consumer population in these regions. Mediators of buying potatoes in the northern regions are carrying it in the southern and eastern regions and resell resellers in local markets. Buying potatoes in small producers occur during harvest or during the first frost, forcing them to sell potatoes at discounted prices.

Supermarkets in Ukraine gradually increase its presence in the retail turnover of vegetables, potatoes and vegetables. Today they realized only 3% of potatoes and vegetables about 5%. A sale of products of this channel is on payments to suppliers of products for sale and the fact of her interest in year-round supply on and on. Most of the supermarkets haven't their own storage.

In our view require more attention two problems is the first, transporting produce grown by peasant farms, second – a modern update service quality control of vegetables, melons, fruit crops, potatoes. Consider it necessary to introduce quality certification such products in two stages: in place of acceptance from the manufacturer and on the spot market sales. Measures needed to act temporarily,

and, under strict observance of rules of trade in food products, can be eliminated. Thus will not be tolerated technology growing certain crops.

If the production cost reduction is achieved mainly through updated technology, the primary condition for reducing non-productive costs within the infrastructure are the events. In our view, the problem requires a separate study. The share of production costs relative to a particular type of crop production is different. For example grains, oilseeds or sugar beets stored and transported to the sites of the traditional, time-tested technology. It only requires periodic upgrades. Large volumes of commodity turnover, stability of market demand, satisfactory profitability this product provides a sufficient attractiveness. Alternatively there is transportation to market potatoes, vegetables, fruit crops, this advantage is retail trade. There is acute shortage of appropriate packaging, storage, remote farms, so many losing quality products at half price or given to resellers.

One of the common market outlets for small producers own vegetable and fruit products in major cities are food fairs, especially during the mass inflow of these products. According to the Ministry of Agrarian Policy of Ukraine as a whole in Ukraine in 2013, there were 77 thousand fairs, which sold products worth over 8.4 billion. UAH. This type of trading makes is possible to avoid the facilitator and farmers, members of cooperatives alone sell agricultural products. Fair trade actively supported by the state.

Also, in recent years there was active construction of vegetable storage with strong refrigerators with state support through compensation of interest rates on grassing banks loans and loans to cover the costs associated with the construction of facilities for storage of potatoes, vegetables and fruits. According to the Ministry of Agriculture total actual capacity of potato and vegetable stores across Ukraine is respectively 782 and 810 thousand tons. For storage of fruit - 300 thousand tons, of which about half are able to store chilled products. It's planned to build more storage capacity of 266 thousand tons of storage of potatoes and 559 thousand tons of vegetables, half of which will be equipped with modern refrigeration equipment, and storage capacity of 109 thousand tons to store fruit from which almost all will have refrigerators.

Significant funds have been allocated for the construction of wholesale markets, but they almost serve limited numbers of buyers, they are far from populated areas. Buying products on the wholesale market is, or people with their own vehicles, or retailers and catering.

The analysis of the prices of potatoes and carrots on the main wholesale markets “Stolychnuy” Kyiv, “Shuvar” Lviv shows that most products are available in Lviv. It is 20-50% cheaper compared to other wholesale markets. Research infrastructure costs of wholesale markets show that by optimizing logistics costs and large quantities of goods that are sold direct producers, they are significantly reduced compared with other markets. The cost of daily trade or rent retail space in

the wholesale markets is no more than 1-2% of the proceeds of sales, while the supermarket chains – 6-10%.

Higher prices in the wholesale markets compared to the retail chain explained by the range of services that are provided. The structure of the wholesale markets such as “Shuvar” and “Stolychnuy”, in addition to warehousing, has logistic systems work, where products packaged and packed, order form and send to customers. Regular buyers in the wholesale market are retail network. Also through wholesale markets are exporting the supply of products to foreign markets.

Conclusions and suggestions. The problems in the area serving agricultural production infrastructure, including fruits and products can be solved by implement measures aimed to market competition, improve the mechanism of pricing for these products. The main directions of practical actions in our view should include the following:

- the creation of good material and technical basis for sorting, salting, processing, long-term storage and delivering the sales;
- organization of groups such as cooperative procurement funds, local budgets and provision for the specified purpose concessional loans;
- selection and training, mainly from local residents to serve newly created object;
- provide regular awareness of rural population about the prospects of the agricultural sector and its individual areas and legislative framework for this.

REFERENCES:

1. Voloschuk K.B. (2011), *Mekhanizmy innovatsijno-investytsijnoho rozvytku ahropromyslovykh pidpryemstv* [Mechanisms innovation and investment development of agro-industrial enterprises], Sysyn O. V., Kamenets, Ukraine.
2. Lupenko Y.O., Malik M. J., Novikov H. V. (2013), *Zernovyj sil'skohospodars'kyj obsluhovuiuchyj kooperatyv* [Grain agricultural service cooperative], NSC IAE, Kyiv, Ukraine.
3. Rozghon A. V. (2008), “The formation and operation of the exchange trade in agricultural products in Ukraine” Ph.D. Thesis, Global economy, NSC IAE, Kyiv, Ukraine.
4. Ushachev I.I. (2006), “Sustainable development of the agri-food sector: the main trends and challenges”, *APK: ekonomika, upravlenie*, vol. 4, pp. 5-10.
5. Shpychak O.M., Kobuta I.V., Kuts' T.V. (2009), *Systema orhanizatsijno-ekonomichnykh mekhanizmiv funktsionuvannia osnovnykh ahroprodovol'chykh pidkompleksiv roslynnnytstva Ukrainy* [The system of organizational and economic mechanisms of major agro-food crop sub Ukraine], ZAT "Nichlava, Kyiv, Ukraine.

6. Shpychak O.M., Sabluk P.T, Nikolaieva Z.P. (2000), Tsiny, vytraty, prybutky ahrovyrobnytstva ta infrastruktura prodovol'chykh rynkiv Ukrainy [The prices, costs, profits, agricultural production and food markets infrastructure in Ukraine], NSC IAE, Kyiv, Ukraine.
7. Shubravs'ka O. V. (2012), „Optovi rynky sil'skohospodars'koi produktsii: ievropejs'kyj dosvid ta ukrains'ki perspektyvy”, Ekonomika Ukrainy, vol. 5, pp.2-10.
8. Cherven I. I. (2012), Rozvytok ta pidvyschennia efektyvnosti infrastruktury rehional'noho rynku ahrarynoi produktsii [Development and efficiency of infrastructure of regional agricultural market], Mykolaiv, Ukraine.
9. Donets' O. V. (2014), Rehional'na innovatsijno-konsal'tynhova infrastruktura kompleksnoho rozvytku ahrosektoru: problemy teorii i praktyky [Regional innovation consulting infrastructure integrated development of the agricultural sector: problems of theory and practice], N. Huk, Simferopol', Ukraine.
10. The official site of Union of agricultural service cooperatives Ukraine (2014), The program of agricultural service cooperatives of Ukraine for 2013-2020 “, available at: http://www.coop-union.org.ua/?page_id=1063 (Accessed 4 January 2014).
11. Fedan V. I. (2012), Zhizn' kak ona est' [Life as it is], Synopsys, Kyiv, Ukraine.
12. Shostak G. (2012), “The first step to the creation of agricultural service cooperative”, Ridnyj kraj, vol. 24, p.2
13. Lupenko Yu.O., Malik M.J., Zaiets' V.M.(2013), Stratehichni napriamy rozvytku pidpriemnytstva i kooperatsii v sil's'komu hospodarstvi na period do 2020 roku [The strategic directions of development of entrepreneurship and cooperation in agriculture for the period 2020], NSC IAE, Kyiv, Ukraine.

MANAGEMENTUL PROIECTELOR INVESTIȚIONALE – PERFORMANȚELE DEZVOLTĂRII LOCALITĂȚILOR DIN REPUBLICA MOLDOVA

PALADI ION

*Doctor habilitat în economie,
Profesor univesitar,
Academia de Studii Economice a Moldovei*

Abstract: *State funded Projects are means by which the strategies, development plans and policies of the state are being implemented. The limited budget resources are being allocated for various projects targeted for specific purposes on the serving a definite community or benefiting the nation as a whole at state level. The procedures and actions of achieving the set goals as well as the obtained results are described as “public works”. The current paper defines the various classifications of such activities, the factors that need to be taken into account during the planning and implementation stages and provides conclusions on the positive multiplier effects targeted by the realization of such activities.*

Proiectele investiționale publice sunt instrumente de punere în practică a strategiei administrației, a autorităților publice, folosind resurse investiționale pe o perioadă limitată și într-o strictă localizare la nivel național, regional sau local. Expresia concretă a procesului de realizare/transpunere în practică a proiectelor de investiții publice și a rezultatelor, este cunoscută în practica investițională sub denumirea de lucrări publice.

Suportul financiar al realizării proiectelor publice are denumirea generică de investiții publice, ce pot fi definite astfel "consum/cheltuieli de resurse investiționale cu scopul creării cadrului normal de desfășurare a serviciilor destinate membrilor unei colectivități teritoriale".

Trăsătura specifică de bază a investițiilor publice, vis à vis de cele din sectorul privat, constă în faptul că: atribuțiile și competențele actorilor programelor de investiții, la nivel de administrație publică centrală sau locală, se stabilesc prin Legea Finanțelor Publice; de aceea, Guvernul, Ministerul Finanțelor și ordonatorii de credite au sarcini specifice în gestiunea bugetului. Ordonatorii principali de credite (conducătorii autorităților publice, ai organelor de specialitate ale administrației publice centrale precum și cei ai unor instituții publice autonome au competențe de aprobare a proiectelor de investiții, bine definite între anumite limite valorice (18-130 mln lei) și de monitorizare a acestor programe, pentru care vor transmite rapoarte de monitorizare periodice la Ministerul Finanțelor.

Proiectele de investiții publice (PIP) constituie apanajul autorităților publice locale sau centrale și se inițiază cu scopul de a satisface nevoile sociale de echipare și/sau amenajare teritorială sau de dotare edilitară a localităților.

Spre deosebire de investițiile făcute în sectorul privat, proiectele de investiții în sectorul public au următoarele trăsături particulare:

1) Evaluarea fiecărui "PIP" trebuie făcută în contextul general al concepției de amenajare teritorială și/sau modernizare a serviciilor publice la nivel național sau local. Strategia de amenajare și dezvoltare a comunităților teritoriale este de regulă un program integrat al autorităților publice, cunoscut sub formă de schiță de dezvoltare și amenajare urbană (SDAU) sau plan de urbanism general (PUG).

Orice "PIP" trebuie să fie o formă de manifestare concretă a strategiei oricărei primării în competiția concurențială urbană în care se află localitățile. În esență, analiza concurențială trebuie să se înscrie pe trei axe:

- analiza în termeni de competiție, respectiv identificarea concurenților și a domeniilor de rivalitate;
- analiza în termeni de competitivitate, respectiv evaluarea avantajelor și a slăbiciunilor în fața provocărilor de mediu;
- analiza în termeni de poziționare, care permite delimitarea caracteristicilor distinctive ce vor trebui promovate prioritar în cadrul proiectelor orașului.

2) Spre deosebire de proiectele din sectorul privat, PIP evoluează într-un sector relațional deschis și mult mai complex, care implică o structură de concepție tridimensională pe trei paliere: proiect ca ambiție globală cu orientare predominant economică - proiectul orașului "stricto sensu",

proiect de amenajare a spațiului sub definiția de proiect urban și concretizare a proiectului urban în sarcini prioritare ale edililor localității, sub formă de proiecte de servicii publice.

3) La fundamentarea socio-economică a PIP se vor avea în vedere nu numai efectele lor directe și imediate, ci și efectele propagate și de perspectivă care se manifestă mai mult sau mai puțin difuz în viața colectivității, la nivelul individului sau colectivității, prin modificarea nivelului de instruire/școlarizare, stare de sănătate, confort, venituri, rata șomajului etc. Se va pune deci accent pe rezultatele analizei economice, bazate pe studii de impact socio-economic și de mediu asupra colectivității. Astfel de efecte sunt însă mai greu de identificat și de cuantificat numeric.

4) Analiza și sistemul de criterii ce stau la baza finalității evaluării unui proiect PIP au caracter aparte, fiind necesară personalizarea lor la nivel de proiect sau colectivitate, având în vedere diversitatea geografică și de domenii de interes public, de la proiecte complexe cu caracter industrial (centrale termo-electrice, instalații de tratare a deșeurilor, sisteme de transport etc.), la proiecte cu caracter cultural, educațional, de sănătate etc. Tocmai considerând diversitatea gamei de servicii publice existente la nivel de colectivitate teritorială, specialiștii susțin că,

pentru a realiza o analiză logică și completă, este necesară elaborarea unei concepții metodologice unitare de evaluare, dar care să permită particularizări pe domenii importante de lucrări publice.

Având în vedere câmpul de aplicație al serviciilor publice la nivelul colectivităților umane, putem face următoarea grupare a proiectelor de investiții publice:

- proiecte cu caracter industrial - de mare complexitate tehnică și tehnologică (centrale electrice și termoelectrice, stații de tratare și distribuție a apei potabile, instalații de tratare și prelucrare a deșeurilor etc.);
- proiecte de infrastructură în transporturi și comunicații, urbane sau interurbane (metrou, străzi, autostrăzi, stații de sosire-plecare - gări, aerogări, autogări - sisteme de transport urban, magistrale de telecomunicații, transport energie etc.);
- amenajări urbane, instalații cu caracter edilitar, servicii publice proiecte în domeniul apărării și siguranței;
- proiecte de investiții cu caracter cultural, administrativ, de învățământ, cult, sănătate, sportiv, petrecerea timpului liber etc.

5) Specificul și diversitatea domeniilor de servicii publice, modul cum se manifestă în viața colectivității, ne permit să realizăm o structurare a PIP după modul în care își finanțează costurile de investiții și operare:

- Proiecte care se autofinanțează integral, adică efortul investițional este recuperat integral pe durata ciclului de viață al acestora, iar exploatarea lor se face pe baza principiilor de autonomie gestionară. Este cazul proiectelor pentru servicii de comerț, servicii hoteliere, prestări de servicii casnice pentru populație, instalațiilor de infrastructură pentru utilități: apă, combustibili, electricitate, termoficare, comunicații (radio, telefonie, televiziune). Proiecte de investiții care, deși pe durata lor de viață obțin anumite venituri, ele trebuie susținute financiar, deoarece aceste venituri nu acoperă integral costurile (de investiții și de exploatare). Este cazul unor obiective cu caracter sportiv, de cultură (săli de expoziții, teatre, cinematografe) sau construcții având caracter administrativ.

- Proiecte care prin natura domeniului și/sau destinației nu generează venituri prin exploatarea lor. Este cazul majorității obiectivelor de învățământ, sănătate, ordine și siguranța națională, de protecție socială a unor categorii defavorizate s.a.

În cazul proiectelor din categoria a doua și mai ales a treia, analiza eficienței economice trece pe planul secund în raport cu evaluarea pe baza de criterii sociale și de mediu; există și opinii care susțin că aceasta poate să lipsească. Considerăm că excluderea criteriilor economice este o viziune simplistă asupra concepției metodologice de evaluare a PIP. Un sistem de criterii complet și complex, pe baza căruia se construiește concepția metodologică de evaluare, nu trebuie să fie lipsit de componența economică. Numai că indicatorii - criteriu luați

în considerare pot fi alții în cazul proiectelor care produc venituri insuficiente sau nule și, în loc de criterii de profitabilitate, se pot avea în vedere criterii de costuri s.a.

6) Proiectele de investiții publice se deosebesc de cele din sectorul comercial și după sursele de finanțare, care pot fi:

- alocații bugetare de la bugetul central sau de la bugetele locale;
- disponibilități din fondurile de dezvoltare ale agenților economici

prestatori de servicii:

regii autonome, societăți comerciale locale;

- alte fonduri disponibile la nivelul colectivităților locale, organizațiilor filantropice sau umanitare autohtone sau străine;

- sponsorizări de la persoane publice sau fizice autohtone sau străine;

- împrumuturi pe piața financiară internă sau externă;

- fonduri accesate prin proiecte agreate în programele de preaderare ale Uniunii Europene și în alte programe speciale tip USAID sau Banca Mondială.

Această structurare este importantă deoarece la elaborarea studiilor de fezabilitate trebuie să se țină seama de exigentele specifice fiecărui tip de finanțare.

7) Dacă la evaluarea proiectelor comerciale din sectorul privat obiectivul fundamental, la care se raportează existența și succesul lor, este "profitul", în cazul proiectelor publice ne vom afla în fața unor obiective multiple de ordin economic, social, ecologic etc. dar și a unei diversități culturale. Această specificitate necesită ca, într-o fază preliminară a evaluării, specialiștii să stabilească țintele strategice care fundamentează sistemul de obiective. În cadrul acestui sistem se definește obiectivul principal unic ce trebuie atins și sub-obiectivele, structurate pe o anumită gradăție a importanței.

Astfel, putem avea un obiectiv general (la nivel de program), obiective intermediare și obiective specifice pe proiect. Obiectivul primordial al oricărui serviciu public poate fi considerat bunăstarea socială a oamenilor, dar ea presupune optimizarea simultană a mai multor variabile.

Exceptând unele proiecte de servicii cu caracter industrial, proiectele din sectorul public au un grad de complexitate tehnică redus și, implicit, și solicită un efort investițional mai redus în raport cu proiectele de investiții din sectorul privat de bunuri.

Orice proiect ce vizează un obiectiv industrial se caracterizează prin complexitate tehnică și implicit, investiție ridicată, din care cea mai mare parte este alocată pentru echipamente și instalații tehnologice. Cercetarea pune la dispoziția întreprinzătorilor soluții alternative din punct de vedere tehnologic sau tehnic-constructiv, dintre care, pe baza concluziilor studiilor de fundamentare, se va alege soluția cea mai adecvată, ce corespunde condițiilor concrete din teren, precum și exigentelor actorilor implicați în proiect (acționari, finanțatori etc). Profitul fiind obiectivul general pentru oricare agent economic privat, analiza financiară

(profitabilitatea comercială) are rolul principal în studiile de fundamentare a deciziei de investiții.

În schimb, un proiect din domeniul educației, sănătății, culturii etc. necesită un efort investițional mai scăzut;

Accentul în fundamentarea sa se va pune pe rezolvarea problemelor de ordin social, ambiental și de mediu. Evaluarea proiectului se va baza pe analiza economică, identificându-se și cuantificându-se estimativ beneficiile economice la nivel de localitate, zonă sau de economie națională, generate de creșterea nivelului de școlarizare, al calității asistenței medicale, al calității actului cultural etc.

Se nasc, în mod firesc, următoarele întrebări: pentru agentul economic din sectorul privat al producției de bunuri, prezintă interes analiza economică a proiectului? Dar pentru un proiect public, este nevoie să se realizeze o analiză financiară, chiar dacă una mai redusă?

În primul rând, apreciem că proiectele de investiții publice trebuie să aibă cea mai solidă și completă fundamentare, pentru că este vorba de "banul public". Cetățeanul contribuie la formarea fondurilor publice, suportând impozite, taxe etc., dar trebuie să fie informat corect asupra modului de cheltuire, utilității și eficienței destinațiilor spre care se îndreaptă aceste fonduri. În acest context, apreciem că nu este lipsit de importanță să se facă și o analiză financiară asupra proiectelor de investiții în serviciile publice comerciale și non-comerciale. Acest tip de analiză este mai subtilă, rafinând informația la nivel de actor, promotor sau beneficiar de proiect, permițându-le să cunoască prețul real plătit pentru a rezolva o problemă de amenajare teritorială sau pentru a satisface o nevoie a oamenilor. Și, în al doilea rând, gradul ridicat de detaliere a informațiilor economice reduce riscul evaluărilor eronate, oferind managerilor o informație mai completă despre proiect.

Referitor la poziția agentului economic privat, suntem de părere că el este suveran dacă este vorba de capitalul său. Dar, dacă are tendința de a beneficia de facilități și oportunități de natură fiscală, financiară, juridică etc. din partea autorităților publice, trebuie să le considere investiții induse, pe care colectivitatea le face în proiectul său și, ca atare, va trebui să evidențieze eficiența și utilitatea acestuia pentru societate. Subliniem încă o dată că orice facilitate pe care autoritatea publică locală sau centrală o face agentului economic privat, trebuie tratată ca o contribuție implicită la realizarea și la succesul afacerilor acestuia. Tot la fel trebuie privite și lucrările publice de dotări edilitare și infrastructura de care beneficiază firmele private aflate în zona economică a localităților. De asemenea, acest aspect este relevant la proiectele care se fac pentru accesarea la sursele de finanțare ale diferitelor programe de preaderare inițiate de Uniunea Europeană sau de alte organisme financiare specializate, în care statul apare adesea ca garant sau cofinanțator.

9) Sinergia* proiectelor de investiții publice este o realitate de multe ori ignorată, deși este un mecanism important care asigură realizarea obiectivelor propuse în cadrul programelor de amenajare și/sau dezvoltare teritorială, inițiate de

autorități sau de organisme internaționale abilitate. De altfel sinergia, datorită efectelor sale multiplicatoare benefice, tinde să devină disciplina de studiu, nu numai în domeniul aplicațiilor medicale, ci și la nivelul altor sisteme tehnico-economice, inclusiv în sectorul public.

La nivelul colectivităților umane, efectul sinergetic al proiectelor/acțiunilor publice poate fi definit ca "rezultatul conjugat al acestora, cu efecte superioare și chiar diferite față de cele pe care le produc sau le-ar produce fiecare dintre acestea luate izolat".

De regulă, când vorbim de efectul sinergetic ne gândim la impacturile pozitive induse de program la nivel local sau zonal, conform principiului "bulgărele de zăpadă" și generate de atingerea unui "prag", a unei mase critice, în alocarea și repartizarea optimă a resurselor. Pornind de la principiul că orice proiect este concomitent "consumator de resurse și generator de efecte", chiar și intuitiv, realizăm că, având în vedere paleta largă de efecte obținute, este posibilă și obținerea unei sinergii negative, adică efectele pot fi contrare dorințelor și nevoilor promotorilor și beneficiarilor proiectului.

Studierea efectelor sinergetice ale proiectelor de investiții publice este necesară, în primul rând datorită efectelor, de cele mai multe ori benefice, obținute la nivelul colectivităților umane, datorită modului specific de manifestare și, nu în ultimul rând, pentru a identifica acele impacturi negative asupra mediului și care trebuie atenuate sau eliminate.

Cunoașterea specificității proiectelor din sectorul public este o condiție a calității procesului de fundamentare a oportunității, fezabilității și eficienței acestora. Metodologia de elaborare a documentelor de fundamentare (studii de oportunitate, de fezabilitate) trebuie să aibă la bază o concepție unitară, care să țină cont de particularitățile sectorului public, dar și de cele ale domeniului de aplicație a lucrărilor publice.

BIBLIOGRAFIE:

1. Albert, P., *Les pepinieres d'entreprises, guide pratique*, Agence Nationale pour la Creation d'Entreprises, 1989.
2. Cote, P.R., *The evolution of an Industrial Park the Case of Burnside*, International Conferince and Workshop on Industrial Park Management, Manila, Philippines, april 2001.
3. Crozet, M., Mayer, T., *Entre le global et le local, quelle localisation pour les entreprises?*, Cahiers Francais, no. 309.
4. Goh, S.C., Teoh, K.K., *Smart Management of Centralised Manufacturing Hub, a Reengineering Process*, Malaiesian Journal of Science, oct. 1999.
5. Treffel, J., *La contribution des technopoles au developement de l'innovation et des activites productives*, Conseil Economique et Social, Direction des Journaux Officiels, 1992.

6. Verboncu, I., *Fundamentele managementului organizației*, Editura Tribuna Economică, București, 2001.
7. Wackermann, G., „*Les poles technologiques: une mode ou une necessite?*”, Les Etudes de la Documentation Francaise, Paris, 1992.
8. „*Les politiques d’aménagement du territoire – Redefinir l’aménagement du territoire*”, Problemes Economiques, no. 2661, La Documentation Francaise, 2000.
9. *Environmental Site Assessment Report, Executive Summary*, Enterprise South Industrial.

ASPECTUL ANALIZEI LEVIERULUI FINANCIAR CA INDICATOR DE EVALUARE A RISCULUI ÎNTREPRINDERII

BABII LEONID,
doctor habilitat în economie,
profesor universitar,
director financiar S.A. «Barza Albă», Bălți

Abstract: *This article presents the way of financial leverage analysis, as an index of company's risk assessment. It is concluded that after drawing borrowed funds for the enterprise's activity, the financial leverage effect shows with how many monetary units will increase the equity profitability.*

Key words: *financial leverage, effect, rate, profitability (yield), equity, borrowed funds.*

Utilizând termenii unei definiții stricte, levierul financiar reprezintă raportul dintre datoria totală și capitalurile proprii, reflectând capacitatea managerilor financiari de a atrage resurse externe pentru a dinamiza eficiența capitalurilor proprii.

În ultima perioadă, levierul a devenit subiectul a numeroaselor cercetări, deoarece modul în care o întreprindere reușește să atragă resurse financiare externe este vital pentru întreaga sa activitate. Cercetările au relevat faptul că în cazul unei scăderi a cererii pentru produsele sale, o firmă îndatorată sau cu un grad de îndatorare mai accentuat va fi mai afectată decât o firmă care se bazează pe autofinanțare, sau are un grad de îndatorare mai redus.

Totuși, levierul financiar a fost conceput și sub forma unei modalități prin care o întreprindere își poate împlini potențialul de creștere. Corporațiile americane sunt cunoscute ca fiind promotoarele politicilor de îndatorare agresivă, ceea ce le-a permis atragerea unor resurse financiare solide.

De altfel, conceptual „leverage by aut” a devenit un termen cheie al secolului al XX-lea. Dar tot în secolul al XX-lea, falimentul Enron a reprezentat un semnal de alarmă pentru comunitatea financiară. În acest mod, levierul a căpătat semnificația accentuării riscului financiar. O companie poate atrage resurse financiare externe, mai ales în momentul în care traversează o perioadă de creștere susținută și resimte nevoia unor resurse financiare adiționale, dar îndatorarea îi va conferi un grad de risc mai ridicat, ceea ce îi va determina pe investitori să o perceapă ca fiind mai riscantă. Un nivel mai ridicat de risc va fi similar cu creșterea costului resurselor externe, ceea ce va determina plasarea companiei în aria celor riscante.

Primele teorii referitoare la conceptul de levier financiar aparțin lui Modigliani și Miller [1, p.261] care în 1958 au emis teoria potrivit căreia valoarea firmei nu depinde de structura capitalurilor. Mai târziu, Myers și Majluf (1984) [2,

p.147], Fama și French (2002) [3, p.301] au relevat impactul fiscalității asupra structurii capitalurilor și asupra valorii firmei, promovînd idea asimetriei informaționale și a costurilor de agent.

Analiza rentabilității financiare, sau mai bine spus a capitalului propriu, sub incidenta politicii financiare a întreprinderii este un aspect fundamental al riscului financiar, care prezintă interes în mod special pentru acționari. Mărimea influenței politicii financiare asupra performanțelor întreprinderii a dat naștere unui model specific analizei, cunoscut sub denumirea de „efect de levier financiar”. Deci, indicatorul dat măsoară efectul îndatorării firmei asupra rentabilității capitalului propriu al unei entități și în același timp acesta este o tehnică de gestiune financiară prin care conducerea entității vizează ameliorarea rentabilității capitalului propriu pentru ca în consecință să fie pus în evidență legătura existentă între rata rentabilității financiare și rata rentabilității economice, evaluînd variabilitatea rentabilității capitalului propriu în funcție de politica financiară a entității.

Analiza efectului de levier se utilizează în cadrul dimensionării participării fiecărei surse de finanțare angajate în procesul de exploatare (surse proprii, surse împrumutate sau atrase). Scopul analizei efectului de levier este de a fundamenta decizia de sporire sau reducere a îndatorării la nivelul entității.

Cum s-a menționat anterior, efectul de levier financiar intervine în legătură cu atragerea unui capital extern, pentru care costul utilizării este exprimat prin dobînda plătită, de exemplu credite bancare, împrumuturi obligatate sau finanțare prin leasing. Fiecare dintre aceste opțiuni decizionale în finanțarea afacerii își aduce un aport la determinarea ratei medii a dobînzii anuale plătite, factor semnificat de influență a efectului de levier financiar. Printre alți factori relevanți, pot fi enumerați:

- rata de rentabilitate economică, determinată la rîndul său de nivelul profitului obținut din activitatea de exploatare și valoarea activelor controlate;
- rata de impunere a profitului impozabil, stabilită de autoritățile guvernamentale în acord cu politicile fiscale și macroeconomice;
- structura financiară a entității, reflectată prin raportul între capitalurile atrase prin îndatorare de la creditorii financiari și capitalurile proprii.

În măsura în care entitatea a recurs la îndatorare ca formă de finanțare, aceasta suportă cheltuieli financiare corespunzătoare costurilor resurselor atrase prin îndatorare. Recunoașterea în situațiile financiare a cheltuielilor financiare privind dobînzile antrenează un efect de levier financiar, care reflectă incidența pozitivă sau negativă a deciziei de finanțare prin îndatorare, asupra rentabilității capitalurilor proprii ale entității și asupra riscurilor financiare sau operaționale care planează asupra afacerii. Analiza efectului de levier financiar permite o apreciere adecvată a structurii financiare pe care o raportează entitatea, respectiv a proporției capitaluri proprii-capitaluri împrumutate, implicit a impactului acesteia asupra rentabilității financiare.

În mod concret, atunci când rezultatul activității de exploatare permite determinarea unei rate de rentabilitate economică superioară ratei generale a dobânzii, se constată un avantaj al finanțării externe prin îndatorare, întrucât entitatea profită de un efect de levier pozitiv care consolidează rata de rentabilitate financiară. Dimpotrivă, atunci când rezultatul din activitatea de exploatare este negativ (pierdere) sau rata de rentabilitate economică este inferioară ratei generale a dobânzii, se constată o ineficiență a gestionării resurselor financiare atrase prin îndatorare. Într-un asemenea context, este recomandabil ca entitatea să se finanțeze prin capitaluri proprii, pe considerentul că efectul de levier financiar este negativ și diminuează rata de rentabilitate financiară, afectând averea acționarilor.

Spre a efectua analiza efectului de levier financiar, spre exemplu, în cadrul SA „Barza Albă”, utilizăm următoarea formulă: [4]

$$ELF = (1 - I) * (R_{ec} - R_{dob}) * \frac{CI}{CP}$$

unde: ELF – efectul de levier financiar; I – cota impozitului pe venit în anul de gestiune; Rec – rentabilitatea economică; Rdob – rata medie a dobânzii la capitalul împrumutat; CI – valoarea medie a capitalului împrumutat; CP – valoarea medie a capitalului propriu.

Rezultatele obținute pot fi urmărite în următorul tabel:

Analiza efectului levierului financiar

Denumirea indicatorului	Formula de calcul	Anii				
		2010	2011	2012	2013	2014
Rata dobânzii	$\frac{\text{Dobînda}}{\text{Datorii financiare}} * 100\%$	-	-	0.008	0.144	0.984
Rentabilitatea economică	$\frac{\text{PPGI}}{\text{TA}} * 100\%$	1.069	1.258	1.907	0.905	1.078
Efectul levierului financiar	$(1 - I) * (R_{ec} - R_{dob}) * \frac{CI}{CP}$	-	-	0.053	0.020	0.002

Elaborată în baza Rapoartelor financiare pe anii 2010-2014 ale SA „Barza Albă” [5]

Deși rentabilitatea economică prezintă valori pozitive, lipsa datelor cu privire la cheltuielile de dobîndă în rapoartele anilor 2010 -2011, ceea ce semnifică nesuportarea acestui tip de cheltuieți în perioada anilor numiți, nu ne permite analiza efectului levierului financiar pe o perioadă de cinci ani. De aceea analiza evoluției indicatorului dat va fi efectuată pentru perioada anilor 2012-2013.

Deci după cum observăm din datele expuse în tabel în perioada anilor 2012 – 2014 s-au obținut valori ale efectului levierului financiar nu cu mult supra zero, dar totuși pozitive ceea ce este foarte important pentru SA „Barza Albă”. Efectul levierului financiar arată de asemenea cu câte puncte procentuale se va majora rentabilitatea capitalului propriu în urma atragerii surselor împrumutate în activitatea întreprinderii. Astfel în anul 2014 apelarea la credite bancare a dus la o schimbare nesemnificativă a capitalului propriu al SA „Barza Albă” cu 0,002% , ceea ce este o influență mai mică cu 0,051 p.p. decît în 2012 – 0,053 %.

Pentru ca efectul levierului financiar să acționeze favorabil e necesar ca diferența ($R_{ec} - R_{dob}$) să rămână pozitivă. Dacă am privi datele tabelului de mai sus, putem observa că valorile diferenței nominalizate sunt pozitive ceea ce este un semn bun pentru SA „Barza Albă”. În practica economică această diferență evoluează mai înainte în manieră satisfăcătoare, pentru a atinge la un moment dat valoarea maximă sau chiar negativă. Menținerea avantajelor generate de o rentabilitate economică mai mare decât costul capitalului împrumutat, respectiv a efectului de levier favorabil întreprinderii, necesită eforturi pe linia înnoirii permanente a gamei de produse, a pătrunderii pe noi piețe, corelate cu intensificarea preocupărilor pentru asigurarea unui potențial tehnic și uman conform exigențelor unei competiții tot mai intense.

Pentru dimensionarea participării fiecărei surse de finanțare în procesul de exploatare al SA „Barza Albă”, se recomandă ca analiza efectului de levier să aibă în vedere modificarea ratei economice de rentabilitate spre o valoare mai ridicată. Rata de rentabilitate economică se modifică în funcție de nivelul de îndatorare și de modul de utilizare al surselor de finanțare, iar la depășirea unor limite acceptabile ale gradului de îndatorare, rata medie a dobânzii va spori pe măsura creșterii gradului de îndatorare, în virtutea creșterii riscului financiar în accepțiunea instituțiilor de credit.

Prin urmare, putem menționa că îmbunătățirea performanțelor financiare ale întreprinderii necesită:

- sporirea rentabilității comerciale sau mai bine spus a rentabilității vânzărilor;
- accelerarea rotației activelor, creșterea eficienței folosirii acestora;
- fundamentarea judicioasă a politicii financiare, care să permită întreprinderii valorificarea unor conjuncturi favorabile.

Deci, putem concluziona că în cazul societății pe acțiuni „Barza Albă” care apelează la credite și împrumuturi, riscul financiar este unul pe care ar trebui pus accent, efectuând monitorizarea sistematică și evaluarea acestuia, utilizând măsurile de protecție.

BIBLIOGRAFIE:

1. Modigliani, Franco, Miller. “The American economic review”, vol. XLVIII, june 1958 nr.3.
2. MYERS, Stewart. “Determinants of corporate borrowing” [citat 02.03.2015].
3. FAMA, Eugene, JENSEN, Michael. „Separation of ownership and control.” In: Journal of Law and Economix. Vol XXVI, 06.1983.
4. D. Orfescu. Analiza riscurilor în activitatea întreprinderilor și strategii de prevenire, ASE, 2006.
5. Rapoartele financiare pe anii 2010-2014 ale SA „Barza Albă”.

IMPLICAȚIILE T.V.A. ASUPRA PERFORMANȚELOR SECTORULUI AGRAR

MOCANU NATALIA,
doctor habilitat în economie, conf. univ.,
Universitatea Agrară de Stat din Moldova

COLESNIC MARIANA
Lect. univ., drd.,
Universitatea Agrară de Stat din Moldova

Abstract: *Value added tax is a tax that covers all phases of the economic cycle, production, services and distribution to sales to final consumers, including. From the point of view of the State budget of the value added tax is an indirect tax is determined on operations relating to the transfer of ownership of goods and the provision of services. It is a single tax that is levied on a properly made value added at every stage of the economic circuit.*

Key words: *agriculture, tax, value added tax, indirect tax, taxation of enterprises.*

Politica fiscală a Republicii Moldova are la dispoziție numeroase pîrghii de influențare a proceselor economice care urmează a fi orientate astfel să acționeze în direcția încurajării agenților economici la efectuarea investițiilor, la dezvoltarea anumitor domenii de activitate, la incitarea contribuabililor spre muncă și economisire și nu în ultimul rînd la crearea noilor locuri de muncă etc.

Așadar, ținînd cont de rolul și importanța politicii fiscale în cadrul unei economii de piață unul din obiectivele importante ale perioadei de tranziție în Republica Moldova a fost și rămîne în perspectivă ajustarea întregului sistem fiscal. Restructurarea sistemului fiscal în țara noastră impune perfecționarea sistemului Taxei pe Valoare Adăugată, considerată ca una dintre cele mai eficiente componente ale sistemului fiscal specific economiei de piață din țările occidentale.

La rîndul său, reorientarea scopurilor politicii fiscale în raport cu taxa pe valoare adăugată provoacă o serie de probleme de care trebuie să se țină cont pentru a înlătura denaturările dezvoltării economice. În vederea eliminării distorsiunilor existente în sistemul taxei pe valoare adăugată aplicat în Republica Moldova, urmează a fi examinate posibilitățile de transformare a politicii fiscale în raport cu taxa pe valoare adăugată într-o politică eficientă și stabilizatoare de stimulare a proceselor economice din țara noastră.

Prin urmare, taxa pe valoarea adăugată cunoscută agenților economici și publicului larg din țară sub abrevierea de T.V.A. reprezintă un impozit general de stat, care se aplică în cote procentuale (articolul 96 din Codul fiscal pentru anul respectiv), fie în fiecare stat pe care îl parcurge marfa de la producător la

consumator (asupra valorii adăugate), fie asupra întregului preț de vânzare a mărfii, determinându-se astfel cuantumul total al taxei pe valoare adăugată, din care se scade apoi (deduce) taxa achitată de subiectul economic pentru aprovizionările și serviciile de care a avut nevoie în vederea realizării produselor (serviciilor) în ciclul său.

Taxa este astfel colectată de către agenții economici de la consumatorii finali, care sunt suportatorii efectivi ai acesteia.

La baza aplicării taxei pe valoarea adăugată poate sta, în general, fie principiul originii mărfurilor, fie principiul destinației acestora.

Conform principiului originii, se impozitează valoarea care este adăugată tuturor bunurilor autohtone, inclusiv celor care vor fi ulterior exportate, fără însă să fie impozitată valoarea adăugată în străinătate și care se află încorporată în bunurile supuse impozitării. Înseamnă, deci, că este impozitată numai valoarea adăugată în interiorul țării exporturile fiind impozitate, iar importurile fiind scutite.

În cazul aplicării principiului destinației, se impozitează întreaga valoare adăugată realizată atât în țară, cât și în străinătate, pentru toate bunurile destinate consumului țării respective. Prin urmare, exporturile sunt scutite de plata taxei pe valoarea adăugată, iar importurile vor fi impozitate.

„Țările care au introdus taxa pe valoarea adăugată au optat pentru principiul destinației, dând prioritate ideii de a impulsiona activitatea economică, în primul rând, în consum. Aceasta înseamnă că se procedează la taxarea impozitelor, cum de altfel se întâmplă și cu bunurile de proveniență internă destinate consumului autohton. Cu alte cuvinte taxa pe valoarea adăugată aferentă exporturilor nu intră în bugetul țării exportatoare, ci în cel al țării importatoare, care este și consumatoare” [9, p. 417].

În Republica Moldova taxa pe valoare adăugată trebuie să permită aplicarea principiului destinației, conform căruia impozitarea bunului se face în țara în care se consumă. De aceea, bunurile importate se impozitează la fel ca și bunurile produse în țară, iar bunurile exportate se detaxează prin aplicarea scutirii de taxă pe valoarea adăugată cu drept de deducere.

Aplicarea taxei pe valoarea adăugată în aceeași cotă asupra bunurilor din țară, cât și asupra bunurilor similare importate, asigură ameliorarea poziției concurențiale a întreprinderilor autohtone pe piața internă, iar prin aplicarea regimului de scutire de taxa pe valoarea adăugată cu drept de deducere pentru exportul de bunuri, transporturi și prestările de servicii legate direct de exportul bunurilor, se asigură întărirea poziției concurențiale a entităților moldovenești pe piețele externe.

Taxa pe valoarea adăugată are următoarele **caracteristici**:

- 1) este un impozit indirect general;
- 2) impozit neutru față de prețuri;
- 3) unic, dar cu plată fracționată; *și*

4) are caracter universal, deoarece se aplică tuturor bunurilor, lucrărilor și serviciilor din economie.

Taxa pe valoarea adăugată este un **impozit neutru**, pentru că afectează prețul final al unui bun sau al unui serviciu în momentul în care acesta ajunge la consumatorul final, indiferent de numărul operațiunilor care preced livrarea la consumatorul final.

Taxa pe valoarea adăugată are un caracter **universal**, deoarece se aplică asupra tuturor bunurilor și serviciilor din economie, rezultate atât din activitatea curentă de exploatare, cât și din activitatea financiară de fructificare a capitalurilor disponibile.

Taxa pe valoarea adăugată este un impozit **unic** deoarece indiferent de circuitul pe care îl parcurge materia primă pînă la realizarea produsului finit, este același ca nivel al cotei, taxa nefiind dependentă de întinderea circuitului economic.

Taxa pe valoarea adăugată este un impozit cu **plata fracționată**, adică ea se calculează pe fiecare stadiu care intervine în realizarea și valorificarea produsului.

Taxa pe valoarea adăugată se caracterizează prin **transparență**, pentru că asigură fiecărui subiect impozabil posibilitatea de a cunoaște exact și concret care este mărimea impozitului și a obligației de plată ce-i revine.

În Republica Moldova, ca și în celelalte țări în curs de dezvoltare, nivelul taxei pe valoarea adăugată are un rol important în ceea ce privește ritmul de creștere economică. De aceea, se impune ca orice măsură cu privire la aplicarea unei cote mai reduse sau mai mari de T.V.A. să fie luată ținînd seama în primul rînd de situația economică a Republicii Moldova.

O eventuală creștere a cotei taxei pe valoarea adăugată ar avea efecte negative și asupra consumatorilor (care vor reduce consumul), precum și asupra societăților comerciale (care vor înregistra încasări mai mici și vor fi nevoite astfel să își restrîngă activitatea). Astfel, o decizie de majorare a T.V.A. ar determina în mod cert, o reducere a ritmului actual de creștere economică a Republicii Moldova. Drept exemplu servește modificările regimului de achitare a TVA pentru producătorii agricoli de la 8% la 20% pentru perioada anului 2013 în care bugetul statului mai mult a avut de pierdut. Acum datoriile statului față de exportatori la restituirea TVA cu 120 milioane de lei depășește încasările sumare de la producătorii și prelucrătorii agricoli la TVA. Deci, bugetul a pierdut după introducerea de 20 la sută și acesta a fost principalul argument din care Ministrul Finanțelor a venit la ideea că e necesar de venit la cota de 8 %.

Modificările recente ale regimului de achitare a T.V.A. pentru producătorii agricoli indică faptul că atât Guvernul, cât și comunitatea de agricultori este încă în căutarea unei formule optime de taxare care să întrunească aceste cerințe. Este important de menționat că deși agricultura reprezintă pînă la 15% din PIB, cu greu putem numi Republica Moldova o țară agrară, conform criteriilor clasice. În același

timp, ramura dată este una strategică pentru Republica Moldova datorită dependenței unei porțiuni mari a populației țării de veniturile generate în această ramură, după cum și faptul că de aceasta depinde securitatea alimentară a țării și calitatea vieții cetățenilor.

Pentru a asigura o analiză impactul T.V.A. asupra tuturor părților direct implicate în procesele economice din care fac parte producătorii agricoli. Astfel, din perspectiva taxării, producătorii agricoli au două piețe distincte:

1. Piața consumatorului final pe care producătorii agricoli o pot accesa direct.
2. Piața intermediarilor, distribuitorilor, retailerilor (supermarketurilor) și nu în ultimul rând al procesatorilor producției agricole - entități juridice plătitoare de TVA.

Pentru aceste piețe luptă chiar producătorii agricoli care se împart din punct de vedere al regimului taxei pe valoare adăugată în două categorii: plătitori de TVA și neplătitori de TVA. De asemenea, concurentul principal al acestora rămîne a fi importatorul de produse agricole.

Impactul T.V.A. asupra consumatorului.

T.V.A. e plătită de consumatori (deci din perspectiva cererii) nu în mod nemijlocit, ci prin intermediul creșterii prețurilor la bunuri și servicii astfel că consumatorul va reacționa prin intermediul elasticității preț a cererii.

Se pot face următoarele remărci generale:

- a) randamentul fiscal al impozitării (din perspectiva cererii) este maxim atunci cînd cererea pentru bunul sau serviciul impozitat este rigidă;
- b) cu cît coeficientul de elasticitate este mai mare în valoare absolută, cu atît randamentul impozitării indirecte scade;
- c) cu cît impozitarea indirectă este mai mare, cu atît randamentul impozitării este mai mic;
- d) cu cît prețul inițial al produsului la care se aplică impozitarea indirectă este mai mare, cu atît randamentul fiscal al acestei impozitări este mai mare.

Această concluzie ne poate duce la ideea că impozitarea indirectă trebuie aplicată la acele produse la care deja cererea este rigidă astfel încît să nu fie afectată nivelul cererii la produsele impozitate.

Impactul T.V.A. asupra producătorului.

Deși creșterea prețului la bunurile și serviciile supuse impozitării cu T.V.A. ar trebui să conducă, în conformitate cu legea ofertei, la stimularea ofertei, acest lucru nu se produce, întrucît impozitul indirect încasat de către producător nu rămîne în profitul acestuia, ci este prelevat de către stat la dispoziția bugetului de stat. Cu alte cuvinte, din perspectiva producătorului, nu este vorba despre creșterea prețului, ci despre creșterea costurilor, crescînd costul mediu variabil, creștere care micșorează marja profitului așteptat sau creșterea costului mediu variabil va conduce la creșterea costului marginal, ceea ce va avea ca efect reducerea ofertei.

Deci, ca o consecință macroeconomică a impozitării cu T.V.A. asupra ofertei, aceasta din urmă va suferi o presiune în sensul scăderii ei. Această tendință este una pe termen scurt, pe termen lung producătorii vor încerca să contracareze creșterea costurilor administrative prin reducerea cât mai mult a costurilor economice.

Cu toate că T.V.A. este un impozit neutru din punct de vedere al circuitelor de fabricație și distribuție, concomitent T.V.A. este și un impozit intervenționist. T.V.A. are impact asupra consumatorilor, în raport cu ansamblul operațiunilor care îi sunt supuse, cumpărări și plăți, vânzări și reglementări, T.V.A. produce efecte și asupra trezoreriei întreprinderii.

În concluzie aș menționa că în prezent, sistemul de impozitare și sistemul fiscal din Republica Moldova sunt instrumente ce frânează dezvoltarea domeniului agrar. Producția agricolă din Moldova are unele particularități specifice, gestionarea corectă a căreia ar crea condiții ca să fie solicitată pe piețe imense.

Însă, legislația fiscală din Republica Moldova conține grave carențe la mecanismul de aplicare, calcul, achitare și restituire a T.V.A. la compartimentele:

- Ajustarea valorii impozabile a livrării impozabile;
- Valoarea impozabilă a mărfurilor importate;
- Modul de calculare și achitare a TVA;
- Restituirea TVA;
- Trecerea în cont a TVA pe valorile materiale, serviciile procurate;
- Înregistrarea subiectului impozabil;

Una din soluții ar fi alinierea legislației fiscale la standardele statelor europene, unde cota la T.V.A. pentru agricultori este redusă. La vecinii noștri, în România de exemplu pentru o mare parte din produsele agricole, TVA e 0. În Ucraina – 20 de procente, care totalmente rămân în conturile întreprinderilor agricole, în Rusia – 10 la sută, Belarus – 10 la sută, Georgia – 0. Este o metodă prin care, dat fiind faptul că oscilația prețurilor la producția agricolă este imensă în fiecare an și agricultorul nu poate fi impus la un TVA de 20%.

BIBLIOGRAFIE:

1. Lege pentru punerea în aplicare a titlului VI al Codului fiscal, Nr. 1056-XIV din 16.06.2000
2. Corina Gaibu, Analiza comparativă a Politicilor de Impozitare cu TVA în sectorul agricol, Chișinău 2013
3. http://europa.eu/index_ro.htm
4. <http://www.contabilitate.md>
5. <http://agora.md/>
6. http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/ro/displayFtu.html?ftuId=FTU_5.11.4.html

EVALUAREA ÎN CONTEXTUL REFORMEI CONTABILE

BUZU OLGA,
*doctor habilitat în economie, șef al Serviciului
evaluarea bunurilor imobile,
Agenția Relații Funciare și Cadastru a Republicii Moldova*

PEDINA LILIA,
*evaluator certificat,
Întreprinderea de Stat “Cadastru”*

Abstract: *The paper describes one of the important issues in the application of the International Standards of Financial Reporting – the valuation of enterprises assets according to their fair value. The aim of the paper is to explore the theoretical aspects of property valuation, the role and main approaches in calculation of fair value, as well as the possibilities to implement the concept of “fair value” in the Republic of Moldova.*

Key words: *Property valuation, valuation approaches, fair value, valuation for financial reporting.*

Introducere

În prezent în Republica Moldova se implementează noile Standarde de contabilitate, care intră în vigoare din 01.01.2015 [1, pct.2]. Standardele date sunt elaborate întru asigurarea mai bună a corespunderii practicii naționale de contabilitate cu Standardele Internaționale de Raportare Financiară (International Standards of Financial Reporting - IFRS). Una din temele importante ale Standardelor prezintă evaluarea activelor întreprinderilor la valoarea justă.

Articolul dat este elaborat în scopul elucidării noțiunii “valoarea justă” și a cerințelor specifice evaluării în scop de raportare financiară, cum ar fi: ierarhia datelor de intrare, metodele și tehnicile de estimare a valorii juste. În cadrul acestui articol de asemenea vom remarca cele mai frecvente și de “rezonanță” probleme cu care se pot confrunta în practică evaluatorii. Subiectul abordat în mare parte se referă la evaluarea imobilizărilor corporale (mijloace fixe), categorie pentru care cel mai des se solicită acest serviciu.

Scopurile evaluării și tipurile de valori estimate pentru raportarea financiară

Evaluarea pentru raportarea financiară în conformitate cu IFRS se efectuează în vederea stabilirii valorii activelor businessului sau activelor întreprinderilor. Standardele IFRS diferă în mod semnificativ de standardele naționale de contabilitate (SNC), aplicate în Republica Moldova până la 01.01.15 (standardele «vechi»), care se baza pe principii de costuri. Totuși, una dintre principalele diferențe între IFRS și SNC vechi este de fapt utilizarea conceptului

"valoarea justă" "care este similar, în general, cu conceptul valoare de piață" [2, p.99]. Valoarea de piață a activelor poate fi determinată doar printr-o evaluare independentă. Estimarea în scopul IFRS, în unele cazuri, poate fi obligatorie, cum ar fi atunci când pentru evidența contabilă este ales modelul bazat pe valoare justă. În alte cazuri, atragerea evaluatorilor independenți pentru aprecierea valorii juste ar putea fi utilă pentru mediul de afaceri, deoarece reduce munca contabililor și costurile pentru audit.

În continuare vom identifica scopurile contabile specifice pentru care poate fi solicitată evaluarea:

- adoptarea principiilor internaționale de raportare financiară. Estimarea pentru IFRS se efectuează pentru a reflecta valoarea justă a activelor imobilizate și pentru a obține în rezultat caracterizarea adecvată a situației patrimoniale a întreprinderii ;
- combinare de întreprinderi. Evaluarea în acest scop se efectuează pentru a reflecta în mod corect valoarea (justă) a activelor achiziționate;
- calcularea cheltuielilor cu amortizarea activului. În acest caz se determină valoarea reziduală sau valoarea amortizabilă;
- determinarea deprecierei. Această evaluare este, de obicei necesară în cazul înrăutății situației economice. În situația dată se estimează valoarea recuperabilă;
- alte.

Scopul evaluării este stabilit de evaluator împreună cu beneficiarul serviciilor de evaluare și în funcție de acesta este identificat tipul valorii estimate. Exemple de astfel de tipuri ale valorii, prevăzute de standardele de contabilitate, includ „valoarea justă, valoarea reziduală și valoarea recuperabilă” [2, p.96].

Evaluările pentru evidență contabilă cel mai frecvent sunt solicitate pentru determinarea valorii juste. Termenul de „valoare justă” este traducerea expresiei anglo-saxone „fair value”, care, din punct de vedere literar, corespunde mai degrabă „valorii sincere” sau „valorii loiale” [7, p.307]

Noțiunea de valoare justă, după cum este menționat de autori, este foarte aproape de conceptul „valoare de piață”. Astfel în Standardul Internațional de Contabilitate (IAS) 16 se declară că “ valoarea justă a elementelor de imobilizări corporale este în general valoarea lor pe piață” [4, p.32]. Totodată, valoarea justă, conform IFRS, “este un concept diferit de valoarea justă, definită și comentată în Standardele Internaționale de Evaluare (IVS) - Cadrul general” [2, p.93]

Cerințe specifice privind evaluarea pentru raportarea financiară

În cazul evaluării imobilizărilor corporale pentru raportarea financiară, evaluatorii trebuie să respecte prevederile IFRS-rilor aplicabile (IAS 16, IAS 36, IAS 40). Din 01.01.2013 a intrat în vigoare IFRS 13 *Evaluarea la valoarea justă*,

care întrunește principiile de bază ale estimării valorii juste. Acest standard oferă explicații detaliate privind conceptul valoare justă și totodată stipulează expres cerințele specifice contabile privind evaluarea activelor (imobilizărilor corporale). În cele ce urmează sunt prezentate într-o formă sintetizată “normele” ce trebuie aplicate în procesul de estimarea a imobilizărilor corporale.

Astfel, pentru asigurarea unei evaluări veridice IFRS 13 [4, p. 72-90] și IVS 300 [2, pct.G4 - G5] prezintă o ierarhie a datelor de intrare, care în principiu constituie și baza informațională *necesară* pentru selectarea și utilizarea abordărilor metodologice privind estimarea valorii juste. Ierarhia datelor constă din trei nivele:

- primul nivel - datele de intrare preferabil a fi utilizate în procesul de evaluare sunt „prețurile cotate (neajustate) pe piețe active pentru active și datorii identice, la care entitatea are acces la data de evaluare ” [4, p.76];
- al doilea nivel - „date de intrare, altele decât cotațiile de preț cuprinse la nivelul 1, care sunt observate pentru active sau datorii, fie direct sau indirect” [2, p.99];
- al treilea nivel – “date de intrări neobservabile pentru activ sau datorie”. [2, p.99];

Pentru o interpretare mai simplă a ierarhiei valorii juste informația de mai sus a fost sistematizată în tabelul 1.

Tabelul 1. Ierarhia datelor de intrare

Indicatori	Date de intrare		
	<i>Nivel 1</i>	<i>Nivel 2</i>	<i>Nivel 3</i>
Tipul datelor	<i>Observabile</i>	<i>Observabile</i>	<i>Neobservabile</i>
Comparabilitatea datelor	<i>Identice</i>	<i>Similare (analogice)</i>	<i>Analogice sau Necomparabile</i>
Exemple de date	<i>Valuta străină, acțiuni și obligații cotate</i>	<i>Imobilizări corporale (bunuri imobile standarde, ex. de tip serie – apartamente, alte)</i>	<i>Imobilizări corporale (bunuri imobile cu destinație specială), acțiuni necotate</i>

Sursa: elaborată de autori în baza [9]

Ierarhia valorii juste dă cea mai mare prioritate cotațiilor de prețuri (neajustate) de pe piețele active pentru active identice (datele de intrare de nivel 1) și o prioritate mai mică – datelor de intrare neobservabile (date de nivel 3). Disponibilitatea datelor de intrare și subiectivitatea lor relativă pot influența selectarea abordării de evaluare, de fapt în ierarhia valorii juste prioritate se acordă

datelor selectate pentru evaluare și nu metodelor de evaluare utilizate pentru a estima valoarea justă (fig. 1).

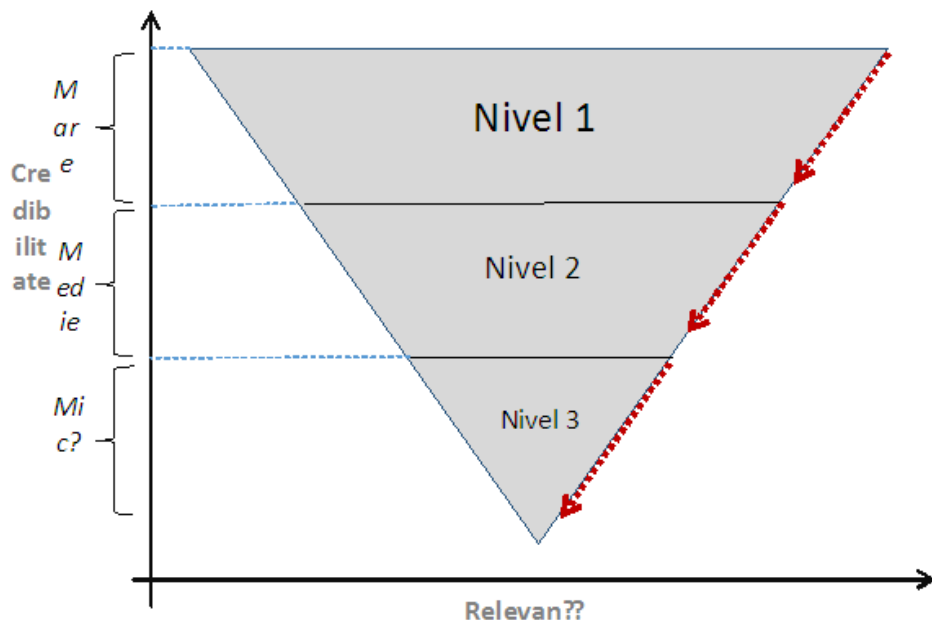


Figura 1. Prioritatea datelor de intrare

Sursa: elaborată de autori în baza [8, p.8]

În conformitate cu clasificarea datelor de intrare, atribuite la un anumit nivel, ierarhic, vor fi aplicate următoarele abordări metodologice:

- abordare bazată pe piață, care utilizează prețurile și alte informații relevante cu privire la operațiunile de piață cu active sau datorii identice sau similare;
- abordarea prin venit, în care veniturile viitoare (fluxuri de numerar din venituri și cheltuieli) sunt reduse la o singură valoare actuală (va fi utilizată în cazul imposibilității aplicării abordării de piață) ;
- Abordarea prin cost, prin care se calculează costul curent de înlocuire sau reproducere al activului, adică suma necesară pentru a înlocui activul în starea sa actuală (va fi utilizată în cazul imposibilității aplicării primelor două abordări) .

În acest context ținem să menționăm cerințele ce diferă considerabil de practica evaluării în alte scopuri. Așa dar, standardele contabile recomandă:

- utilizarea unei singure tehnici de evaluare;
- în cazul insuficienței informațiilor de piață și a unor eforturi de estimare rezonabile – se pot folosi mai multe tehnici;

- *valorile obținute prin abordarea de cost, vor fi supuse unor teste de depreciere;*
- *la reconcilierea valorii nu va fi aplicată metoda ponderării, valoarea finală va fi egală cu rezultatul obținut prin cea mai relevantă, obiectivă și argumentată tehnică de evaluare;*
- *în funcție de necesitate, valoarea finală va fi alocată pe elemente bilanțiere (după cum sunt înregistrate sau vor fi înregistrate în contabilitate).*
- *valoarea finală va fi prezentată ca o mărime concretă și nu un interval de valori.*

Luând în considerație aspectele prezentate mai sus, precum și practicile în domeniul evaluării, ne-am propus să verificăm în ce măsură poate fi respectat principiul ierarhiei valorii juste.

Ierarhia valorii juste și aplicarea ei practică

În continuare vom analiza posibilitatea aplicării în practică a ierarhiei datelor de intrare și abordărilor de estimare a valorii juste. IFRS 13 deși a intrat în vigoare recent 01.01.2013, deja este folosit pe scara largă în toata lumea. Pe teritoriul țărilor în curs de implementare a standardelor internaționale IFRS, cel mai activ este utilizat conceptul de reevaluare a mijloacelor fixe. Din considerentele relatate ne dorim să facem anumite precizări referitoare la ierarhia datelor de intrare aplicate pentru evaluarea imobilizărilor corporale (mijloacelor fixe) la valoarea justă.

Așa dar, când se practică o evaluare a activelor (mijloacelor fixe) în strictă conformitate cu cerințele impuse datelor de intrare, ne confruntăm cu o problemă, practic nu pot fi găsite date inițiale care să corespundă nivelului 1 (cu excepția anumitor grupuri de active, care sunt disponibile pe scară largă pe piață). Mai întâi, după cum reiese din definiție, datelor de intrare de nivel 1 nu se supun corecțiilor: “prețurile cotate pe o piață activă oferă cea mai sigură dovadă a valorii juste și, ..., trebuie utilizate fără ajustări pentru evaluarea valorii juste” [4, p. 77]. Prin urmare chiar și corecția pentru prețul de ofertă ajustat la prețul de vânzare (ex. negociere) deja nu ne permite atribuirea acestor date nivelului 1, sa nu mai vorbim de multitudinea de corecții ce urmează, atunci când se aplică abordarea de piață (metoda analizei comparative) pentru determinarea valorii de piață a activelor, care în terminologia de contabilitate va fi considerată drept valoare justă. În al doilea rând, după cum rezultă din definiția datelor de intrare de nivel 1 [4, p. 78], acestea trebuie să reprezinte prețuri pe o piață activă (principală sau cea mai optimă). Presupunem că condiția dată poate fi satisfăcută pentru următoarele grupe, apartamente tipizate (serii), vehicule, anumite tipuri de echipamente, dar nici de cum, pentru activele de producere sau cele cu caracter specific. În al treilea rând, datele de intrare de nivel 1 sunt prețuri pentru active identice, dar nu analogice, deși la reevaluarea activelor în majoritatea cazurilor pentru comparații sunt utilizate obiecte analogice.

Totuși care atunci este “sensul” acestui nivel ? Așa dar, datele de intrare de nivel 1 sunt accesibile pentru activele financiare și nici de cum pentru cele nefinanciare la care desigur se atribuie mijloacele fixe (imobilizările corporale).

Datele de nivel 2 sunt mai practice și frecvent utilizate, ele includ cotații de prețuri pentru active similare sau cotații de prețuri pentru active identice sau analogie pe piețele neactive, precum și alte date în afară cotațiilor de prețuri care pot fi observabile pe piață (spre ex. prețul 1 m.p. de construcție). Astfel în baza datelor de nivel 2, cu aplicarea abordărilor de piață, poate fi determinată valoarea de piață, care în termeni contabili va fi considerată drept valoare justă. De asemenea în baza datelor de nivel 2 poate fi determinată valoarea de piață a proprietății aplicându-se abordarea prin costuri. Această afirmație este valabilă doar în cazul în care cheltuielile de edificare sunt estimate pe baza informației de piață la data evaluării (oferte, prețuri curente). Astfel, numai în condițiile enunțate valoarea bazată pe costuri (valoarea de intrare, achiziționare) poate fi echivalată cu valoarea de piață și respectiv poate fi considerată ca justă (valoare de ieșire, vânzare). Dar în cazul în care pentru aplicarea abordării costului vor fi utilizate date de intrare învechite în timp (ex. UPVS (Culegerile Indicilor Comasași ai valorii de Reconstituire a Clădirilor și edificiilor editate în URSS în anii 1969-1971)), atunci valoarea obținută va fi valoarea de înlocuire și pentru ca respectiva să fie interpretată drept valoare justă, trebuie îndeplinită procedura de testare (verificare) la depreciere conform cerințelor standardelor.

Datele de intrare de nivelul 3 sunt colectate în situațiile în care, piața tipului de active evaluate, este slab dezvoltată sau nu există de fel. Potrivit standardelor chiar și în situația dată se păstrează cerința de a estima valoarea justă de pe poziția participanților pieței. Datele neobservabile reflectă ipoteza, care ar fi admisă de participanții pieței la determinarea valorii de ieșire a acestui activ, și anume se admite existența pieței. Ipoteza de risc include riscurile inerente într-o anumită tehnică de evaluare, spre exemplu metoda actualizării fluxului de numerar include riscul privind prognozarea veniturilor, precum și riscuri la determinarea ratelor de actualizare. Prin urmare constatăm că aplicarea tuturor tehnicilor abordării prin venituri se bazează pe date de nivelul 3. În unele cazuri se admite de utilizat informația întreprinderii drept date de nivelul 3, dar presupunând că aceste date ar fi acceptate de participanții pieței la determinarea valorii juste. Totodată la datele de nivel 3, se atribuie și informația extrasă din UPVS aplicată în cadrul abordării costurilor și determinării valorii juste. Doar că rezultatele obținute prin abordarea costului (UPVS), vor fi testate la depreciere conform [2, p.107-108].

Astfel constatăm că în prezent multe piețe funcționează defectuos, se observă un surplus de ofertă, o criza a supraproducerii, companiile se confruntă cu problema stocurilor. Ca urmare crește numărul tranzacțiilor de vânzare forțată. Aceste condiții exclud posibilitatea companiilor de a utiliza date de intrare de nivel 1, și complică procesul de estimare a valorii obiectelor reflectate în balanța contabilă. Totodată, după cum s-a menționat mai sus, chiar și atunci când pe piață

nu se găsesc date corespunzătoare sau acestea trebuie considerabil corectate, valoarea justă va fi estimată bazându-se în primul rând pe ipotezele conducerii întreprinderii referitor la fluxurile de venituri viitoare și riscurile asociate acestora. Și în cele din urmă, dacă abordarea prin venit nu este aplicabilă, atunci în calitate de valoare justă va fi considerată valoare de reconstituire (înlocuire). Abordările de evaluare menționate sunt reglementate de IFRS 13 (îndrumări de aplicare) și de IVS 300.

În vederea generalizării celor expuse, a fost efectuată o analiză a legăturilor între disponibilitatea datelor de piață (ierarhia datelor de intrare) și modului de estimare a imobilizărilor corporale la valoarea justă (tab.2).

Tabelul 2. Criterii de estimare a imobilizărilor corporale la valoarea justă în funcție de disponibilitatea datelor de piață

Criterii de estimare	Disponibilitatea datelor de piață	
	Date de nivel 2	Date de nivel 3
Abordări ale valorii	<i>Abordare prin piața</i>	<i>Abordări prin venit și prin cost</i>
Metode și tehnici de estimare	<i>Analiza comparativă a vânzărilor, costul de deviz (bazat pe date de piața)</i>	<i>Actualizarea fluxurilor de numerar, valoarea de înlocuire</i>
Elemente de calcul	<i>Prețul tranzacției sau ofertei, prețurile de piața, preț/oferta Im.p.</i>	<i>Fluxul de numerar, rata de actualizare, indicii comasași conform UPVS</i>
Aplicarea metodelor de calcul	<i>una metoda de calcul</i>	<i>două sau mai multe metode de calcul</i>
Reconcilierea valorii	<i>Rezultatul obținut prin metoda de calcul aplicată</i>	<i>Rezultatul obținut prin cea mai oportună metodă de calcul (Testul la depreciere pentru valoarea obținută prin abordarea costului)</i>
Alocarea valorii	<i>Alocarea valorii pe elemente bilanțiere</i>	
Raportarea valorii	<i>Prezentarea rezultatului ca o mărime concretă și nu un interval de valori</i>	

* Datele de nivel 1 nu pot fi utilizate pentru estimarea imobilizărilor corporale.

Sursa: elaborată de autori în baza [7]

Concluzii

Evaluarea imobilizărilor corporale pentru raportarea financiară este un proces ce trebuie să se conforme unor cerințe specifice standardelor de contabilitate [6, pag.4], dar în același timp să respecte reglementările tipice evaluării. Analizând posibilitatea aplicării practice a acestui tip de evaluare au fost

deduse un șir de deficiențe, dar în același timp a fost posibilă formularea unor concluzii și recomandări.

Așa dar, în temeiul celor expuse constatăm că valoarea justă și tot ce ține de acest subiect prezintă noutate și se află în proces de dezvoltare. În consecință avem o noutate greu de clarificat la nivel conceptual și mai greu de acceptat în practică. Discuțiile pro și contra valorii juste sunt impulsionate de dualitatea acestei valori care poate fi globală și obiectivă, dar în același timp subiectivă. În consecință valoarea justă este privită ca o valoare ce poate fi manipulată de manageri, incertă și greu de estimat.

Vom remarca faptul că totuși principalele probleme semnalate în procesul de evaluare pentru raportarea financiară sunt estimarea valorii juste pe piețele pasive, ilichide, precum și evaluarea imobilizărilor corporale cu destinație specială la valoarea justă. Foarte multe imobilizări corporale au un grad relativ scăzut de comparabilitate și deci cad sub incidența datelor de nivel 2, și mai des de nivel 3, ceea ce nu este recomandat de standarde. Datele de nivel trei includ informații despre venituri și costuri care frecvent sunt distorsionate, limitate și uneori învechite (culegerea UPVS), valoarea obținută în astfel de circumstanțe poartă un caracter subiectiv.

Prevederea IFRS de a raporta valoarea ca o valoare concretă și nu un interval, generează un conflict evident între IVS (evaluatori) și IFRS (contabili). Practica demonstrează că totuși, valorile finale prezentate pentru raportarea financiară sunt acceptate doar ca mărime precisă. O altă problemă greu de soluționat este – alocarea valorii pe elemente bilanțiere. Modalitatea de alocare a valorii unei proprietăți imobiliare între teren și construcții, sau doar între construcții nu este descrisă în literatura de specialitate, fapt ce complică procesul în cauză. Căreva recomandări în acest sens sunt descrise în IVS (IVS 300-G12, G17) și IFRS, acestea însă au un caracter foarte general.

La capitolul dificultăți sunt atribuite și lucrările de colectare a informației de piață. În condiții economice imperfecte obținerea unor date de piață este anevoioasă, uneori imposibilă. În Republica Moldova problema dată este mult mai profundă – prețurile oficiale indicate în tranzacții sunt inaccesibile și irelevante. Deseori clienții serviciilor de evaluare ascund o mare parte din informații și detalii care ar fi utile și necesare evaluatorului. Lipsa experienței de colaborare între evaluatori, experții financiar-contabili, auditorii (care verifică situațiile financiare) și managerii companiilor (care iau decizia de reevaluare) la fel complică procesul de culegere a datelor.

Subiectele analizate conduc spre concluzia că valoarea justă este criticată pentru posibilitatea de manipulare, dificultăți de evaluare pe piețele slab dezvoltate, incertitudine, resurse financiare considerabile necesare pentru estimarea ei. Cu toate neajunsurile sale valoarea justă, în prezent, nu poate fi înlocuită cu o altă valoare. Totuși, este evident necesară, dezvoltarea cadrului metodologic privind

estimarea valorii juste, deoarece în practică sunt întâmpinate multe neclarități (dificultăți).

În cele din urmă constatăm, că stabilitatea economică din țară, un cadrul legislativ, normativ și metodologic conform standardelor internaționale, ghidarea corespunzătoare a specialiștilor în estimarea practică a valorii juste, formează platforma care ar asigura implementarea cu succes a noilor standarde de contabilitate și ar garanta calitatea întregului proces.

BIBLIOGRAFIE:

1. Ordinul Ministerului Finanțelor nr.166 din 28.11.2013 cu privire la aprobarea recomandărilor metodice privind tranziția la noile standarde naționale de contabilitate și modificarea și completarea ordinelor nr.118 și 119 din 6 august 2013 // Monitorul Oficial Nr. 291-296 (art Nr:1833) din 13.12.2013, anexa2.
2. Standarde Internaționale de Evaluare, IVSC, Bucuresti, 2011 // www.expert-evaluator.ro/download/IVS%202011.pdf
3. Standardul Internațional de Contabilitate 16 Imobilizari corporale, Fundatia IFRS, 2011.//<http://www.mf.gov.md/ro/actnorm/contabil/standartraport> .
4. Standardul Internațional de raportare financiară 13 Evaluarea la valoare justă, IASB, 2012
<http://contabilsef.md/libview.php?l=ro&idc=456&id=6541&t=/Legislatia/Contabilitate/Standardele-Internationale-de-Raportare-Financiara-IFRS/SIRF-13-Evaluarea-la-valoarea-justa>.
5. Alungulese V. Evaluare pentru raportarea financiara între costul istoric si valoarea justa // <http://www.faracontabilitate.ro/utile/evaluare-pentru-raportarea-financiara-intre-costul-istoric-si-valoarea-justa/> (accesat pe data de 17.04.2012).
6. Crișan S. Studiu asupra evaluării pentru raportare financiară. În: „Revista de evaluare”, București: IROVAL, nr. 8 (2), 2013.
7. Deaconu A. Valoarea justa: concept contabil. București: „Economica”, 2009, pag. 307.
8. Plescan D., Raducan E., Raduta A. Evaluarea la valoarea justă în condițiile crizei financiare. București: Academia de studii economice, 2010.
9. Гришкина С. Применение справедливой стоимости при формировании финансовых показателей деятельности компаний. Москва, 2011// <http://media.rssp.ru/document/1/a/a/aa8c98728b8755d6b076a170a9674249.pptx>

MODERNIZARERA ÎNVĂȚĂMÎNTULUI SUPERIOR ECONOMIC PRIN UTILIZAREA E-LEARNINGULUI

BÎRLEA SVETLANA

*doctor în economie, conf.univ.interim.,
Universitatea de Stat „B.P.Hasdeu” din Cahul*

TODOS IRINA

*doctor în economie, conf.univ.
Universitatea de Stat „B.P.Hasdeu” din Cahul*

Abstract: *The use of ICT in education is one of the main directions of development of higher education in the IIIrd Millennium. Modern universities, must assume the responsibility to introduce new technologies in the educational process and must adopt learning methods based on the new technologies that are more efficient than the traditional ones. In order to be competitive, any university must take these technologies into account. These premises are also insured in the Cahul State University "B. P. Hasdeu" through offered programs.*

Key words: *Învățământ superior, învățământ e-learning, TIC (tehnologii informaționale și de comunicare), platforma MOODLE.*

Un imperativ de mare actualitate în contextul politicii de integrare europeană este consituirea Spațiului European al Învățământului Superior. Consituirea acestui spațiu educațional a început în 1988 o dată cu întâlnirea de la Bologna a rectorilor de la 400 de universități europene. Aceștia au luat în considerare rolul instituțiilor universitare ca centre de cercetare, de cultură și de civilizație europeană.

Organizarea studiilor superioare are ca **direcție** principală *flexibilitatea sistemului de învățământ superior*, acest fapt ajutînd la orientarea corectă a studenților, ceea ce ar duce la adaptarea oportună a specialiștilor la cerințele și necesitățile pieței muncii [2, p.189].

Învățământul superior, ca formă de educație și instruire, are drept **scop** pregătirea studenților la un nivel adecvat cerințelor pieței interne și externe a forței de muncă.

Calitatea procesului de învățământ superior economic este determinată de mai mulți factori obiectivi într-un amplu proces în care sunt antrenați cadrele didactice, studenții, personalul administrativ, conducerea catedrei, decanatul și rectoratul [5, p. 54].

Reformarea și îmbunătățirea calității procesului de învățământ superior presupune mai multe obiective, dintre care fac parte: calitatea propriu-zisă a cursurilor, seminariilor sau lucrărilor aplicative de laborator, timpul alocat diferitor discipline, prevăzut în planul de învățământ, volumul cunoștințelor specificat în programele analitice, metodele și tehnicile de transmitere a cunoștințelor etc.

Un rol important în asigurarea procesului calitativ de învățământ îi revine managementului de vîrf și organizării procesului de studii, anume acest nivel trebuie să declanșeze îmbunătățirea sistemului de management al calității existent sau implementarea unui asemenea sistem, dacă el nu există, în vederea creșterii eficienței și eficacității procesului de studii.

Provocarea mileniului pentru învățămîntul superior este utilizarea tehnologiilor informaționale și de comunicare (TIC) în procesul de instruire, drept principală direcție de dezvoltare. Astfel, utilizarea TIC permit plasarea procesului de instruire la un nivel mai superior, prin diversificarea mijloacelor de instruire. Resursele TIC reprezintă un instrument nou și eficient, care facilitează procesul de predare/învățare/evaluare și care, pe viitor, vor completa cadrul educațional cu metodologii moderne de învățare specifice societății informaționale. Resursele TIC în domeniul educației permit modelarea mediului de lucru prin asimilarea cunoștințelor „oriunde” și „oricînd”. În acest context, instruirea bazată pe TIC, reprezintă factorul cheie în atingerea obiectivelor de calitate și eficiență.

Studiile realizate în ultimii cinci ani în diferite țări și analizele OECD la nivel global au arătat că utilizarea tehnologiilor informației și comunicațiilor în educație contribuie într-o foarte mare măsură la îmbunătățirea rezultatelor studenților.

În viziunea europeană, sistemul e-Learning este considerat ca o componentă cheie a tuturor acțiunilor care vizează realizarea obiectivelor de la Lisabona, susținerea creșterii economice, precum și a numărului și calității oferelor de muncă.

Acest sistem se extinde dincolo de procesul educațional bazat pe cursuri, folosind noi tehnologii, cum ar fi software-ul de colaborare și de comunicare, chat-uri, blog-uri sau rețele de socializare etc. Noul sistem cuprinde concepte precum management de conținut, management de cunoaștere, suport de performanță, practică de producție și cooperare virtuală. Profesorii universitari nu mai pot fi doar furnizori de cunoaștere ci, trebuie să promoveze cunoașterea colaborativă și orientarea studenților spre învățare în diferite medii, navigare în aceste medii și procesare a multitudinii de resurse informaționale, și folosire a acestor resurse în rezolvarea problemelor și luarea deciziilor pe cont propriu.

Un sistem de e-Learning asigură o instruire unitară, o mai bună monitorizare a rezultatelor obținute de cursanți și traineri, evaluarea metodelor didactice folosite, planificarea resurselor (instructori, săli de curs), economie de timp și optimizarea procesului de învățare organizațională.

E-learning-ul, conform definiției propuse de Comisia Europeană (2003/3), presupune „*utilizarea noilor tehnologii multimedia și a Internetului pentru a îmbunătăți calitatea învățării, facilitînd accesul la resurse și tehnici precum, și schimburile de informații, și colaborările la distanță*”. Termenul de E-learning a fost introdus în 1998 de Jay Cross, fondatorul Internet Time Group, devenind extrem de popular, acoperind acum aria de intersecție a acțiunilor educative cu mijloacele informatice moderne.

Implementarea învățămîntului E-learning în cadrul unei instituții de învățămînt superior permite acesteia obținerea de multiple avantaje, printre care menționăm:

- independență geografică, mobilitate;
- accesibilitate on-line: funcționarea unui sistem de E-learning este descrisă, de obicei, prin formula – 24/7, adică 24 de ore, 7 zile pe săptămînă;
- individualizarea procesului de învățare (posibilitatea de a învăța în ritm propriu și a parcurge materia de studiu pe o traiectorie individuală);
- metode didactice diverse;
- administrare on-line;
- costuri reduse de distribuție;
- timp redus de studii;
- interacțiuni sincrone și asincrone;
- tehnologii dinamice diverse;
- învățămînt on-line pe subiecte [1, p. 16-17].

La nivelul cadrelor didactice TIC permite/favorizează [6]:

⇒ regîndire/ reconsiderare a procesului de interacțiune profesor-elev;

⇒ viziune nouă asupra evaluării progresului elevilor;

⇒ extinderea posibilităților de perfecționare profesională.

E-learning nu reprezintă altceva decît o modalitate nouă de a privi procesul de învățare, în care elementele de fond rămîn aceleași, doar mijlocul de transmitere și însușire a cunoștințelor se schimbă.

Una dintre cele mai populare platforme de instruire on-line este MOODLE. **MOODLE** (abrevierea de la englezescul *Modular Object-Oriented Dynamic Learning Environment*) reprezintă un soft liber, o sursă deschisă de învățare sau un spațiu virtual de învățare. Moodle este o platformă de învățare (e-learning) dezvoltată inițial de **Martin Dougiamas** pentru a ajuta profesorii să creeze cursuri on-line care să fie focusate pe interacțiune și construirea colaborativă a conținutului educațional, care este în continuă dezvoltare [8].

Conform site-ului oficial <https://moodle.org> în prezent platforma Moodle este accesibilă în mai mult de 120 limbi. De asemenea, conform datelor oferite de site-ul oficial, sunt înregistrate 53883 de site-uri din aproximativ 230 de țări, și sunt înscriși 65 milioane utilizatori.

În ce privește Republica Moldova, pe platforma Moodle au fost înregistrate 28 de site-uri [9], comparativ cu 227 site-uri înregistrate din România.

În cadrul Universității de Stat „B.P.Hasdeu” din Cahul funcționează platforma MOODLE, ce dă posibilitate cadrelor didactice să utilizeze tehnologiile moderne în instruirea studenților [3]. Această platformă a fost creată în anul 2009, prin intermediul proiectului nr. 145055-TEMPUS-1-2008-LT-TEMPUS-JPTHN

(WETEN - Western-Eastern-Teachers-Education-Network - **Rețeaua educațională a profesorilor Vest-Est**), perioada 2009-2011.

O altă experiență a Universității de Stat „B.P.Hasdeu” din Cahul în promovarea și implementarea E-learningului a fost proiectul TEMPUS 516 597-1-2011-1-FR (**CRUNT - Creating digital Network Universities in Applied Science Themes and Economics in Moldova – Crearea rețelei digitale inter-universitare în domeniul științelor aplicate și economice din Republica Moldova**), perioada 2011-2014. În cadrul acestui proiect 2 cadre didactice au absolvit cursurile *de perfecționare* la specialitatea „Utilizarea mijloacelor informaționale de comunicare în învățământ”.

Ca rezultat a tuturor acestor activități, la ora actuală pe platforma MOODLE a Universității de Stat „B.P.Hasdeu” din Cahul sînt plasate 76 de cursuri. Analizînd aceste cursuri din punct de vedere calitativ, constatăm că marea majoritate a cadrelor didactice au plasat doar resursele – cursul, partea teoretică, fără al dezvolta și îmbunătăți cu teste și sarcini individuale. La acest aspect rămîne de lucrat pe viitor! Dar, totuși sînt cadre didactice care practică de 4 ani acest tip de predare cu toate elementele sale definitorii.

Calitatea instruirii E-learning este o preocupare reală pentru Universitatea de Stat „B.P.Hasdeu” din Cahul și depinde de mai mulți factori:

- Resursele umane: cadrele didactice și studenții. Multe cadre didactice și studenți (într-o măsură mai mică) nu cunosc și nici nu implementează corect TIC în activitatea de instruire. Resursele umane sînt factorul-cheie al oricărui sistem performant de educație.

- Infrastructura: dotarea instituției cu baza tehnico-materială de suport (table interactive, videoproiectoare, calculatoare etc) de calitate dar și în cantitatea necesară, pentru asigurarea unei instruirii E-learning eficiente.

- Structura cursului electronic: contează foarte mult ca cursurile să fie bine structurate și organizate. Calitatea unui curs E-learning este asigurată prin combinarea designului educațional bine fundamentat și a conținutului de calitate. Conform cercetărilor în domeniu, elementele unui design E-learning efectiv sînt:

- a) Activitatea – designul cursului trebuie să fie realizat în așa mod încît cursanții să participe activ;

- b) Scenariul;

- c) Interactivitatea;

- d) Elementele vizuale și animațiile - este recomandabil ca mai des posibil să se înlocuiască secvențele de text cu: grafice, tabele, imagini, animații, secvențe video etc.

- e) Resursele audio – prin intermediul cărora crește eficacitatea experienței de învățare cu pînă la 80%;

f) Feedback-ul—care oferă informații prompte cu privire la rezultatele sau efectele comunicării profesor-student, luându-se imediat măsurile pentru creșterea eficienței acesteia. Importanța feedback-ului în E-learning este considerabilă, deoarece stimulează studenții să fie mai activi.

O nouă etapă în dezvoltarea învățământului economic universitar din cadrul USC ar fi operaționalizarea tehnicilor de e-Learning în cadrul programelor de master. În cadrul Facultății de Economie, Informatică și Matematică studenții au acces la 2 programe de master în domeniul științelor economice, și anume: Antreprenoriat și Administrarea Afacerii, și Gestiunea financiar-contabilă a afacerii.

Prin introducerea tehnicilor de e-learning:

- procesul de instruire al masteranzilor va depăși paradigmele tradiționale ale învățământului clasic, legat de restricții de timp și spațiul de învățare;

- platforma e-Learning va asigura operaționalizarea procesului de instruire al masteranzilor, fiind alcătuită sub aspect structural dintr-o serie de teme de curs, seminare (laboratoare), practica. Masteranzii vor avea acces la *Biblioteca digitală*, unde vor fi stocate toate suporturile de curs, pentru fiecare disciplină inclusă în curricula programului de master. Astfel, masteranzii vor putea consulta în format electronic, cărțile de referință în domeniul de interes, având și posibilitatea “navigării” cu diverse motoare de căutare, pentru a identifica și alte referințe din literatura de specialitate.

O altă componentă importantă a platformei e-learning este „Banca” de teste de autoevaluare, care vor fi structurate pe discipline și vor oferi masteranzilor posibilitatea unei evaluări proprii și obiective. Astfel de teste pot fi plasate la sfârșitul fiecărei teme parcurse, fiind diferențiate după gradul de dificultate, timpii de răspuns etc. Avantajul folosirii acestor tehnici de autoevaluare este legat în primul rând de factorii psihologici și motivaționali, cursantul beneficiind de un mediu “intim” (el și calculatorul) pentru a-și testa nivelul cunoștințelor etc.

Instruirea masteranzilor în sistem e-Learning nu vor exclude întâlnirile “face to face”, dintre masterand și profesor, destinate dezbaterii unor probleme pe marginea materialelor parcurse de către masteranzi.

Acest mod de instruire va asigura performanță mare de învățare. S-a demonstrat faptul că instruirea asistată de calculator este mai puțin intimidantă pentru cel ce învață decât metodele clasice. În cazul utilizării e-learning-ului, stresul de a nu face greșeli în fața colegilor și a profesorului sunt eliminate. Simulările pentru folosirea diverselor aplicații oferă studentului (masterandului) posibilitatea de a exersa, fără riscul distrugerii sistemului și fără teama de a nu greși – ceea ce, în situația clasică, ar conduce la rezultate negative.

Prin e-Learning masteranzii/studenții vor putea învăța independent și în propriul lor ritm, ceea ce va conduce la o creștere a factorului de reținere a cunoștințelor cu până la 50%, față de instruirile conduse de profesor. Acest sistem

fiind și foarte flexibil, deoarece e-Learning-ul este disponibil utilizatorului final oricând dorește acesta și practic de oriunde, atâta timp cât există o conexiune la Internet, profesorii vor avea la îndemână un mijloc modern și flexibil pentru transmiterea efektivă și în timp real a informațiilor către masteranzi.

Un alt motiv în plus de a utiliza acest sistem de învățare este creșterea gradului de colaborare și interactivitate între masteranzi oricând și oriunde, deoarece permite interacțiunea dintre grupuri de masteranzi. Masteranzii care vor utiliza acest tip de instruire vor avea mai multe contacte cu colegii.

În **concluzie**, putem menționa că în ultimii ani domeniul educației a fost restructurat, astfel au fost introduse multiple inovații, cu scopul creșterii continue a calității procesului instructiv-educativ și a calității formării tinerilor specialiști, inclusiv și în domeniul științelor economice.

Așadar, pentru atingerea modernizarea învățământului superior economic este necesară utilizarea unor metode de predare-învățare-evaluare care permit dobândirea de către studenți/masteranzi a unor competențe transversale; utilizarea avantajelor oferite de noile TIC, precum și de sistemul e-learning, care este o direcție ce ar asigura multiple beneficii atât educaționale cât și motivaționale.

BIBLIOGRAFIE:

1. Dobre L. *Studiu critic al actualelor sisteme de e-learning*. Editura Institutul de cercetări pentru inteligența artificială. București, 2010.
2. Todos I. Повышение качества процесса образования в высших учебных заведениях путем внедрения стандарта качества ИСО 9001/ Majorarea calității procesului de învățământ din instituțiile superioare, prin implementarea standardului de calitate ISO 9001. În: Conferința Științifico-Practică „Știința și educația în universitatea modernă în contextul colaborării internaționale”. Mariupoli, Ucraina, 23-25 mai 2011.
3. Todos I., Antohi L. Evaluarea rezultatelor academice ale studenților utilizând platforma Moodle. În: Conferința Științifico-Practică „Inovații prin intermediul TIC în învățământul universitar și preuniversitar din Republica Moldova”, Facultatea de Economie, Informatică și Matematică al universității de Stat „B.P.Hasedu” din Cahul, din 19 decembrie 2014.
4. Todos I., Bîrlea S. Securizarea informației plasate pe Moodle prin implementarea sistemului de management al securității informației - ISO 27001. În: Conferința CRUNT 2014 „Bunele practici de instruire online”. Chișinău: UTM, 2014.
5. Ulian G. Despre calitatea învățământului economic superior. În: Perfecționarea sistemului de învățământ economic superior (din experiența franceză). Coord: Moldovanu D., Richard A., Editura Arc, 2001.

6. Noveanu E. Impactul formativ al utilizării AeL în educație. www.tehne.ro/resurse/TEHNE_Impact_formativ_AEL_2005.pdf (vizitat 04.03.15).
7. Pavan. K., Elements of Visual Strategy for Effective E-learning, Infographic Joule 18, 2014. <http://blog.commlabindia.com/elearning-design/visual-strategy-for-elearning-infographic> (vizitat 06.03.2015).
8. <http://ro.wikipedia.org/wiki/Moodle> (vizitat 05.03.15).
9. <http://moodle.net/sites/index.php?country=MD> (vizitat 05.03.15).
10. <https://moodle.org> (vizitat 05.03.15).

COMPETITIVITATEA – O NOȚIUNE MULTIDIMENSIONALĂ ÎN TEORIA ECONOMICĂ

GOLBAN ARTUR,
drd., Universitatea Agrară de Stat din Moldova

CIMPOEȘ DRAGOȘ,
*doctor habilitat în economie, conf. univ.,
Universitatea Agrară de Stat din Moldova*

Abstract: *This scientific article is dedicated to the analyze of the concept of competitiveness in the economic theory and literature. All over the world exist many definitions regarding the concept of competitiveness, but despite the fact that competitiveness is investigated by many scientists from all over the world at macro and micro level, an unanimous definition of this concept doesn't exist. The significance of the concept of competitiveness remains vague, unclear and doesn't exist an unique opinion regarding this concept which reveals the complexity of this definition.*

Key words: *Competitiveness, Competitive advantage, Competitive factors, Productivity, Value chain.*

Atingerea succesului în afaceri în condițiile unei concurențe acerbe atât din partea întreprinderilor autohtone cât și a celor străine, depinde incontestabil, de noțiunea de competitivitate, care reprezintă unul din cei mai utilizați termeni din economia modernă, reflectând nivelul performanței întreprinderii.

În prezent, competitivitatea a devenit preocuparea centrală a tuturor țărilor lumii odată cu dezvoltarea concurenței în toate sferile activității umane. În pofida cercetării competitivității atât la nivel micro cât și la nivel macro de către numeroși savanți din întreaga lume și existenței unei literaturi științifice vaste în domeniul competitivității, semnificația termenului de competitivitate rămâne a fi vagă, neclară, ne existînd o opinie unică cu privire la conceptul de competitivitate, ceea ce relevă complexitatea acestei noțiuni [1,19].

Analiza competitivității la nivel de țară presupune analiza conceptelor de competitivitate a ramurilor ce o formează, atât pe piața internă cât și pe cea externă [1]. De asemenea competitivitatea țării poate fi explicată prin aplicarea practicilor manageriale diferențiate, incluzînd relațiile management-muncă. În acest caz, diferite ramuri ale economiei țării necesită diferite abordări de management [20, 21].

În opinia lui Michael Porter competitivitatea la nivel național este definită prin noțiunea de productivitate. Productivitatea reprezintă valoarea ieșirilor produse la o unitate de muncă sau capital.

În “Avantajul concurențial al națiunilor”, Michael Porter definește factorii de bază ai competitivității naționale, care alcătuiesc structura puternică a unui “diamant național” printre care deosebim [1, 20, 21, 22]:

- Determinanții factoriali, care includ: resursele umane (numărul, structura pe vârste, calificarea ș.a.), resurse naturale (clima, sol, subsol, apa), resurse de cunoștințe, resurse de capital, infrastructura.
- Condițiile cererii, respectiv nivelul și structura acesteia, dimensiunea, internaționalizarea și ritmul de creștere al cererii, complexitatea cumpărătorilor, capacitatea de a formula nevoi cu caracter anticipativ.
- Industriile furnizoare și cele adiacente contribuie la creșterea competitivității internaționale a producătorului;
- Strategia firmei, structura și rivalitățile dintre acestea includ obiectivele firmelor, metodele de management utilizate, motivarea salariaților ș.a.

Astfel se poate afirma că **o economie este competitivă** atunci când își mărește cota de piață (în special ponderea exporturilor proprii în cele mondiale), grație productivității mai ridicate și prin consecința **prețurilor** (care au o evoluție relativ mai favorabilă) și **calității, diversității și promptitudinea** mărfurilor oferite.

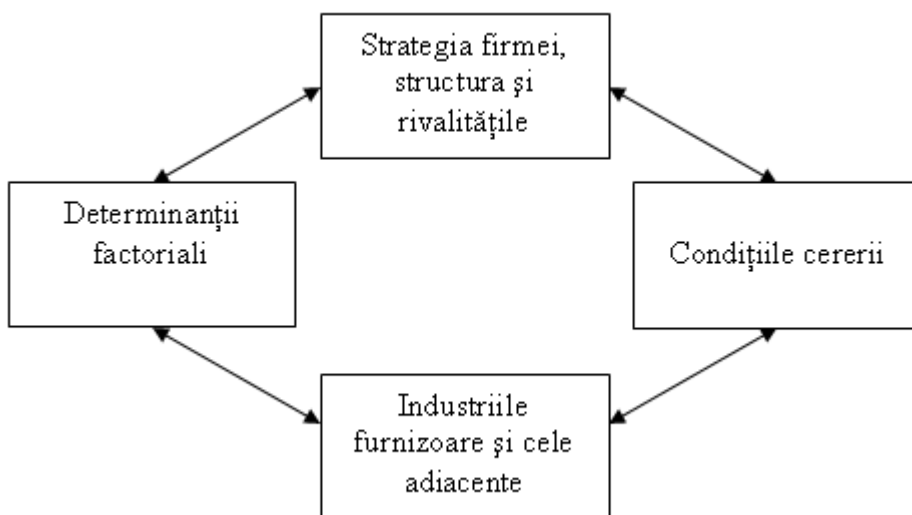


Fig.1 Determinanții avantajelor competitive naționale [20, 22]

La nivel de ramură a economiei naționale, competitivitatea poate fi definită ca aptitudinea întreprinderilor din cadrul ramurii de a obține avantaje concurențiale și performanțe față de întreprinderile din alte ramuri [1, 27].

Din totalitatea definițiilor privind conceptul de competitivitate a unei economii (țări) enumerate mai sus, concluzionăm că încă nu există o opinie unică cu privire la acest concept, dar cu certitudine se poate constata că competitivitatea unei economii (țări) depinde de competitivitatea întreprinderilor acestea atît pe plan național cît și internațional.

În Republica Moldova cercetări privind competitivitatea națională și la nivel de întreprindere se realizează de către ilustrul savant, acad., Grigore Belostecinic, în opinia căruia competitivitatea întreprinderii indică gradul de satisfacere a cerințelor consumatorilor de către ea, în comparație cu alte întreprinderi care oferă produse și servicii similare, și este determinată de un și de factori care asigură succesul vânzării [1,2,17].

Competitivitatea întreprinderii caracterizează capacitatea de adaptare a acesteia la condițiile concurenței de pe piață.

În vorbirea curentă a fi competitiv înseamnă a reuși cel puțin la fel de bine ca alții. Apreciem că o firmă este competitivă atunci cînd, datorită condițiilor de care dispune (factori de producție, capacități manageriale și de marketing, resurse financiare, tehnice și de creativitate ș.a.), obține un avantaj durabil față de competitori prin productivitatea mai ridicată și, pe această bază, în privința costului, diversității, calității și reînnoirii ofertei, asigurînd dividende normale pentru acționari, resurse pentru autofinanțarea satisfăcătoare și remunerația forței de muncă, corelată cu productivitatea [3,11,16].

În urma analizei definițiilor privind competitivitatea întreprinderii, în opinia noastră remarcăm că aceasta reprezintă capacitatea întreprinderii de a oferi bunuri și servicii de calitate înaltă și prețuri accesibile pe piață pentru satisfacerea nevoilor consumatorilor, mai bine decît concurenții, și pentru care consumatorii sunt dispuși să plătească mai mult decît pentru produsele oferite de concurenți, prin aceasta asigurîndu-se scopul de bază al întreprinderii – maximizarea profitului.

Analiza conceptului de competitivitate a întreprinderii se bazează pe evaluarea productivității utilizării resurselor acesteia. Astfel definiția competitivității întreprinderii în opinia lui Bartkova N.N. trebuie să cuprindă următoarele trei aspecte (fig. 2) [25]:

- Eficiența funcționării capitalului material (competitivitatea asigurată de fonduri);
- Necesitatea atingerii unui nivel înalt de dezvoltare a resurselor de muncă (competitivitatea asigurată de personal);
- Asigurarea atractivității investiționale a business-ului (competitivitatea asigurată de finanțe).

Condiția de bază a competitivității întreprinderii este ca aceasta să fie capabilă să identifice schimbările din mediu și din cadrul companiei, pentru a se adapta cît mai rapid la acestea, în vederea elaborării prompte a strategiei concurențiale a companiei [4, 10, 24].

Pentru identificarea și studierea avantajului competitiv al unei întreprinderi, Michael Porter a introdus trei concepte cheie: **lanțul valoric**, **sistemul valoric** și **rombul (diamantul) porterian** [20,21,22].

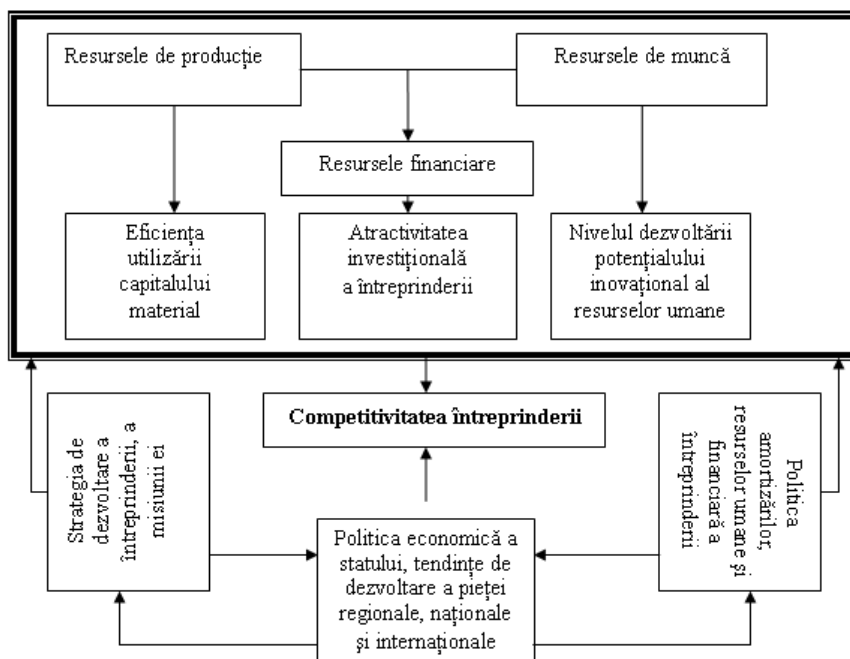


Fig.2. Aspectele competitivității întreprinderii [25]

În viziunea modernă, porteriană, de abordare a avantajului competitiv al firmei și surselor sale, este adoptată o viziune sistemică asupra activităților pe care le execută firma și interacțiunile dintre ele, concretizate în **lanțul valoric**. **Înțelegerea și relevarea avantajelor competitive sunt dificile dacă firma este privită global, ca un tot**. În fond, ea este alcătuită din numeroase activități, unele foarte competitive, altele la un nivel acceptabil, iar altele, cu limite serioase. Viziunea analitică asupra lanțului valoric se bazează pe „descompunerea” firmei în activități distincte (fig.3), dar interdependente, desfășurate în cadrul ei și grupate în **activități primare** și **activități de sprijin** [3].

Din cele menționate mai sus relevăm că scopul de bază al întreprinderii, constă nu doar în obținerea avantajelor competitive dar și în păstrarea lor. Cu cât mai mare va fi setul de avantaje concurențiale al întreprinderii, cu atât va crește probabilitatea că întreprinderea se va bucura de succes pe piață.

Un avantaj competitiv trebuie să fie susținut pe lângă strategiile de reducere a costurilor, de măsuri de creștere a productivității, care poate fi analizat[la trei niveluri [2]:

1. Productivitatea individuală – este echivalentă cu eficiența sau randamentul, calculat fie prin cantitatea de produse obținută cu o anumită cheltuială de muncă, fie prin cheltuiala de muncă efectuată pentru obținerea unei unități de produs. Ea depinde nu numai de efortul depus, dar și de educație, utilizarea utilajelor, resurselor și instrumentelor.

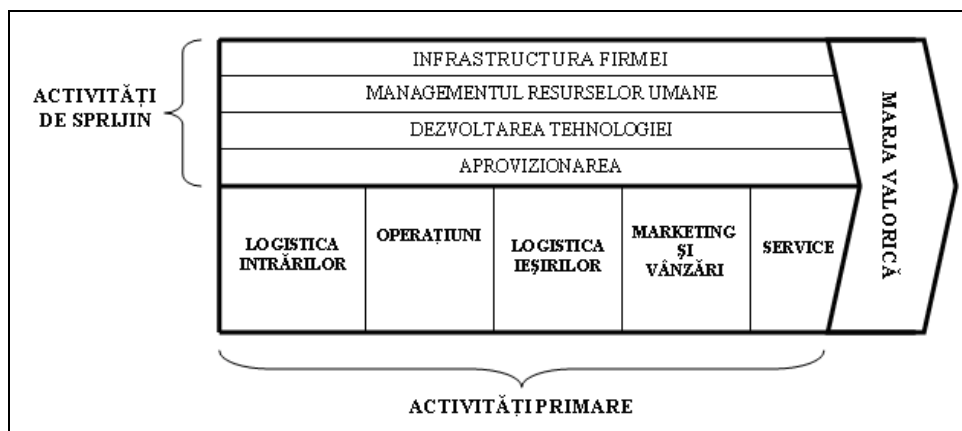


Fig. 3. Modelul lanțului valoric [20,22]

2. Productivitatea organizațională – afectează profitabilitatea și competitivitatea firmelor prin profituri și costuri totale. Ea poate fi apreciată prin costul total al muncii la o unitate de produs prin raportarea salariului mediu al lucrătorilor la nivelul productivității. Astfel, o firmă ce plătește salarii mari poate fi competitivă, numai dacă realizează un nivel înalt al productivității.

3. Productivitatea națională, care are câteva implicații:

- o productivitate ridicată duce la un nivel ridicat de trai ca simbol al capacității unei țări de a crea bunuri necesare comunității;
- o creștere a salariului mediu pe economie, fără o creștere a productivității, duce la inflație, la creșterea costurilor și scăderea puterii de cumpărare;
- o rată scăzută a productivității influențată de un nivel înalt al costului muncii pe unitate de produs și o competitivitate scăzută plasează defavorabil produsele naționale pe piață.

Analiza productivității întreprinderii permite stabilirea nivelului competitivității, punctelor forte și slabe ale întreprinderii, aprecierea poziției întreprinderii pe piață ș.a.

Menționăm că asupra competitivității întreprinderii, și creării avantajului competitiv, pe lângă productivitate, influențează o serie de factori pe care M. Porter i-a clasificat în câteva grupe [20]:

- **Resursele umane:** efectivul, calificarea și costul forței de muncă;
- **Resursele intelectuale:** informații științifice, tehnice, despre piață;
- **Resursele fizice:** resursele funciare, de apă, condițiile climaterice, amplasarea geografică;
- **Resursele financiare:** valoarea capitalului ce determină nivelul și amploarea activității desfășurate;
- **Infrastructura:** tipul, numărul și calitatea infrastructurii disponibile și costurile aferente utilizării acesteia.

În opinia lui Tompson et al.[23], competitivitatea întreprinderii depinde de următorii factori: calitatea și caracteristicile producției; reputația (imaginea); capacitatea de producție; posibilitățile inovaționale ale companiei; utilizarea tehnologiilor performante; rețeaua de distribuție; resursele financiare; costurile comparativ cu concurenții; deservirea clienților.

David Krevens, consideră că la baza competitivității întreprinderii trebuie să se afle competențele cheie care sunt determinate de: avantajele competitive; universalitatea avantajului competitiv în diferite situații; dificultatea copierii [26].

Factorii ce afectează competitivitatea întreprinderii pot fi analizați atât la nivel macroeconomic (care nu pot fi controlați de managementul întreprinderii) cât și la nivel microeconomic (controlați de managementul întreprinderii). Pe când toți acești factori sunt susceptibili de a fi importanți pentru competitivitate și creștere economică, ei nu se exclud reciproc- doi sau mai mulți dintre ei pot fi semnificativi în același timp, și aceasta de fapt este ceea ce descrie literatura economică [18].

Factori de nivel macroeconomic

O parte din factorii externi ce influențează competitivitatea companiei vin din macromediul companiei, mai întâi de toate sistemul de condiții a țării unde este situată compania. Sunt mai multe exemple în literatura de specialitate de prezentare a acestui sistem de condiții, pentru factorii ce afectează grupările, dar cel mai complet și mai bine stabilit model este cel descris de Philip Kotler. Kotler prezintă elemente de macromediu ca părți a mediului de marketing a companiei. Potrivit lui, sunt forțe externe și efecte, pe care compania nu este capabilă să le influențeze, dar monitorizarea lor constantă și adaptarea la ele sunt condiții necesare pentru operațiunile de succes pe piață, ele sunt esențiale pentru competitivitatea companiei [14,15].

Analiza STEEP (tabelul 1), utilizată frecvent și destul de populară în literatura economică, se bazează pe clasificarea efectuată de Kotler și reprezintă o mică modificare în sistematizarea efectuată de acesta, relevând factorii externi ce influențează competitivitatea companiei.

În cazul majorității factorilor prezentați mai sus, putem fi de acord cu poziția că vorbim despre forțele externe care “nu pot fi controlate” de companii, și unicul lucru pe care pot să îl facă companiile este să se adapteze la ele (componentele mediului social, ecologic, politic și legal sunt în general de acest

tip). În același timp, sistematizările conțin factori care sunt influențați de activitățile corporative, aceasta este interacțiunea dintre companie și mediu care poate fi observată. De exemplu, activitățile de cercetare, dezvoltare, inovare, suma de valoare adăugată brută, situația ocupării sau succesul investițiilor sunt toate aspecte, care sunt definite la nivelul economiei naționale, pe de o parte, și care pot fi influențate de cooperarea activă a sectorului corporativ pe de altă parte.

Competitivitatea companiilor nu este afectată doar de factorii externi, dar de asemenea și de factorii interni. Ei sunt cercetați amplu de management și literatura științifică managerială, în cazul determinării criteriilor de eficiență și profitabilitate/

Tabelul 1. Sistemul de factori STEEP ce afectează competitivitatea întreprinderii

Factori sociali	Factori tehnologici	Factori economici	Factori ecologici	Factori politici
Sociali	Tehnologici	Economici	Ecologici	Politici
<ul style="list-style-type: none"> • Elemente demografice (populația, vârsta, sexul ș.a.) • Elemente culturale (educația, religia, tradițiile ș.a.) • Altele 	<ul style="list-style-type: none"> • Inovarea • Sistemul de patentare • Nivelul dezvoltării tehnologiilor informaționale • Altele 	<ul style="list-style-type: none"> • CreștereaPI B • Inflația • Șomajul • Rata investițiilor (inclusiv ISD) • Altele 	<ul style="list-style-type: none"> • Mișcările verzi • Tehnologiile de mediu • Altele 	<ul style="list-style-type: none"> • Legislația • Politica economica (politica fiscală, politica de dezvoltare ș.a.) • Altele

Sursa: elaborat de autor în baza [13,15]

Factorii interni ai competitivității economice a întreprinderilor agricole pot fi divizați în două grupe:

1. Factori care determină avantajele comparative ale competitivității [5,7]:
 - Nivelul fertilității economice (renta diferențială II);
 - Starea bazei tehnico-materiale;
 - Asigurarea cu resurse de muncă ș.a
2. Factori care determină avantajele concurențiale ale competitivității:
 - Factori organizatorico-manageriali;
 - Factori economici;
 - Factori de marketing, inclusiv competitivitatea produselor;
 - Competitivitatea personalului.

Factorii care determină avantajele comparative ale competitivității sunt reprezentate de resursele funciare, în calitate de principala sursă care asigură plantele cu substanțe nutritive, apa și aerul necesar creșterii și dezvoltării lor [8,9].

Pe lângă resursele funciare, avantaje comparative ale competitivității sunt asigurate și de starea bazei tehnico-materiale, de existența mijloacelor bănești, investiții care sunt motorul economiei, asigurarea cu resurse umane etc.

În subgrupa a doua de factori, care influențează nivelul competitivității întreprinderii agricole și determină avantaje concurențiale ale acesteia, depinde de factorii productivității, care asigură avantajul unității agricole realizat prin planificare strategică, stimulării inovațiilor, reducerea costurilor, aplicarea tehnologiilor noi performante ș.a. [6].

Pentru ca întreprinderea agricolă să fie competitivă pe piață, managerii trebuie să cunoască toți factorii competitivității unității agricole pentru gestionarea cât mai rațională a resurselor și asigurarea unei eficiențe și profitabilități cât mai înalte.

În ultimul deceniu, a devenit evident pentru cercetători că în afara așa numitelor avantaje competitive “clasice” (ex. preț mai scăzut, cheltuieli mai mici, calitate înaltă, nivel mai înalt a serviciilor oferite), noi tipuri de avantaje competitive au determinat competitivitatea companiilor în afaceri. Acestea pot fi următoarele: concentrări de capital, tendințe tehnologice de dezvoltare, structura pieței globale [12], posesia activelor nemateriale așa ca forță de muncă bine pregătită și cu experiență, patente, know-how, programe informatice, relații puternice cu clienții, branduri, modele de design organizațional unice [15]. Nu în ultimul rând, acestea includ de asemenea pregătirea managementului: managerilor li se cere din ce în ce mai mult să identifice schimbările de mediu în timp, chiar și așa numitele “semnale slabe” și să aibă capacitatea de a răspunde rapid la acestea .

Din punctul de vedere al unor autori, în zilele noastre și în viitorul apropiat companiile de succes, competitive pe piață, își vor avea originea din două circuite de afaceri: “din grupul companiilor internaționale gigante, precum și din grupul companiilor de dimensiuni micro, mici sau medii” [12].

BIBLIOGRAFIE:

1. Belostecinic G. Concurență, marketing, competitivitate. Chișinău: ASEM, 1999, p.140
2. Belostecinic G*. Calitatea, productivitatea și evaluarea competitivității întreprinderii. În: *Economica*, 2006, nr.3 (55), p.6-7.
3. Gavrilă I., Gavrilă T. Competitivitatea și mediul concurențial. Promovarea și protejarea concurenței în Uniunea Europeană. București, Ed. Economică, 2009, p. 129.
4. Nedelea Ș. Competitivitate și costuri. București, Editura ASE, 2003, p. 256.
5. Timofti E., Chișlaru A. Eficiența economică a producerii grâului de toamnă în Republica Moldova (probleme metodologice și teoretico-practice). Chișinău: UASM, 2007. 224 p.
6. Timofti E. Eficiență și competitivitate în agricultură. Chișinău: Complexul Editorial-Poligrafic al IEFS, 2009. 296 p.

7. Timofti E. Eficiența economică a producției agricole in condițiile economiei concurențiale. Autoref. tezei dr. hab in economie. Chișinău 2009. 48p.
8. Timofti E. Eficiență și competitivitate in agricultură. IEFS UASM Chișinău 2009. 296 p.
9. Zahiu, L. Management agricol. București: Editura economică, 1999. 400 p.
10. Ansoff H.I. Strategic management. Classic edition. Palgrave MacMillan, July, 2007.
11. Garrelli S., 2008. Competitiveness 20 years later. IMD World Competitiveness yearbook, p.30, www.imd.org/research/publications/wcy/20years.pdf.
12. Hovanyi Gabor. Competitive advantage: weak signals oriented management. Economic Review, XXXIII, nr 5, 2000, p. 30-39.
13. Josza Laszlo. Marketing strategy. KJK-KERSZOV, Budapest, 2003.
14. Kotler P. Marketing management Millenium Edition. Pearson Custom Publishing, New Jersey, 2001.
15. Kotler P., Keller, K.L. Marketing Management. Upper Saddle River, New Jersey, 2006.
16. Krugman P. Competitiveness- a dangerous obsession. În: Foreign Affairs, Volume 73, Number 2, March, April, 1994.
17. Krugman P. Making sense of the competitiveness debate. In: Oxford Review of Economic Policy, Vol. 12, No. 3, 1996, p. 17-25.
18. Nemethne Gal A. Competitiveness of small and medium sized enterprises – a possible analytical framework. În: Hungarian Electronic Journal of Sciences, January 15, 2010, <http://heja.szif.hu/ECO/ECO-100115-A/eco100115a.pdf>. 106
19. Ogorean C., Herciu M. Globalization of competitiveness – a multilevel bibliographical study. În: Studies in business and economics. Sibiu: Universitatea “Lucian Blaga”, Vol.5 (1), 01/2010, p. 126-138.
20. Porter M. Despre concurență. Traducere: Dan Criste. București, Meteor Press, 2008
21. Porter M. The competitive advantage of nations. În: Harvard Business Review. March, April, 1990. <http://kkozak.wz.cz/Porter.pdf>.
22. Porter M*. The competitive advantage of nations. The Mac Millan Press Ltd, 1982
23. Tompson-younger A.A., Strickland A.J. Strategic management: concepts and situations for analysis. 11th Revised edition edition. McGraw-Hill Inc., USA, April, 1999.
24. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия .СПб.: Питер, 1999, 416 с.
25. Барткова Н.Н., Крупина Н.Н. Уровень конкурентоспособности предприятия как базовый результат эффективности использования ресурсов. Журнал “Научный вестник УРАГС”, Екатеринбург, 2010, Выпуск №2(11) июнь. <http://vestnik.uapa.ru/ru-ru/issue/2010/02/12/>
26. Кревенс Д.В. Стратегический менеджмент. М.: Изд. дом «Вильямс», 2003.
27. Мазилкина Е.И. Управление конкурентоспособностью: учеб. пособие. Москва: Омега-Л, 2007, 325 с.

EVALUAREA EFICACITĂȚII A MARKETINGULUI INTERN

TRUSEVICI ALLA

*doctor în economie, conf.univ.,
Universitatea de Stat „Alec Russo”, Bălți*

CHISELIOV LILIA

*lec.superior,
Universitatea de Stat „Alec Russo”, Bălți*

Abstract: *The article deals with the issue of assessing the effectiveness of the use of marketing personnel, which is one of the issues discussed in modern management. A method by which you can evaluate the effectiveness of interventions. Its use will enable the company to make informed decisions and get the best value on investment.*

Key words: *Marketinga personalului, evaluare a eficienței de marketing, efectul concurrent.*

Pentru creșterea competitivității și consolidarea poziției pe piață companiile tind permanent să sporească eficiența unor măsuri cât și a activității întreprinderii în ansamblu. Creșterea eficienței din contul rezervelor interne trebuie să fie realizată pe baza dezvoltării intensive, dar nu extensive. Important în această direcție de dezvoltare este capacitatea de a evalua nivelul de eficiență atins.

Pe baza evaluării eficienței măsurilor realizate va fi posibil :

- 1) luarea deciziilor argumentate;
- 2) identifice factorilor de creștere economică;
- 3) maximizarea randamentul investițiilor;
- 4) selectarea măsurilor eficiente pentru realizarea activității antreprenoriale..

Problema evaluă eficacității este una din cele mai complexe și mai puțin cercetate probleme atât în marketingul întreprinderii, cât și în marketingul personalului (marketing intern). Cercetările în acest domeniu ne arată, că aproximativ 70% dintre conducătorii întreprinderii nu sunt satisfăcuți de sistemul evaluării eficienței activității întreprinderii. Printre probleme principale managerii evidențiază:

- lipsa unui sistem clar de evaluare a eficienței;
- lacune, incompatibilitatea și inconsecvența a unelor evaluări ale eficienței;
- lipsa unui sistem clar de obiective, eficiența cărora necesită de a fi evaluată.

În condițiile pieței contemporane (produse standardizate, serviciile unificate este) deciziile de marketing au caracter repetabil. Tot mai des atenția practicienilor și teoreticienilor în domeniului marketingului este îndreptată nu

numai către consumator, dar și spre angajații companiei - o sursă de avantaj competitiv de lungă durată. De aceea problema evaluării eficienței activității întreprinderii din domeniul marketingului intern este importantă.

Pentru o înțelegere mai completă a problemelor de evaluare a marketingului intern este necesar să revenim la conceptul de eficiență. Eficiența economică este un concept modern de evaluare a activității și servește drept baza fundamentării deciziilor, astfel încât resursele disponibile să fie consumate în modul cel mai rațional pentru societate. Eficiența este sinonimă cu eficacitatea, în ultimii ani însă termenul de eficiență a capatat o largă utilizare. Ambele cuvinte provin din latină: eficiența derivă din *efficere* = a efectua, iar eficacitatea din *efficacis* = care are efecte dorite.

Eficiența eprezintă un efect relativ, o rezultativitate a unui proces, operațiuni, proiect determinate ca raportul dintre rezultat/efect și cost/cheltuieli, care asigură obținerea lui [1]. Efectul este reflectarea rezultatului activității, sau acelei stări, spre care tinde subiectul economic [1].

Din noțiunea data a eficienței putem face concluzia că pentru monitorizarea și evaluarea eficienței trebuie de stabilit în prealabil care ar trebui să fie rezultatul atins. Pentru aceasta este nevoie de definire clară a obiectivelor, dar pentru a evalua eficacitatea marketingului intern este necesar de a înțelege care sunt principalele scopuri și ce fel de rezultate trebuie așteptate. În funcție de modul de abordare a definiției de marketing intern și problemelor sale, metodologia pentru evaluarea eficienței de marketing intern va varia considerabil.

În tabelul 1 sunt prezentate trei abordări ale definiției de marketing intern, care presupun realizarea diferitor scopuri, în baza cărora putem evidenția trei concepte diferite cu privire la determinarea eficacității activităților de marketing intern.

Să analizăm aceste trei abordări ale marketingului intern.

I. Accentuarea satisfacției a personalului.

Din prima abordare, marketing intern - este atitudinea față de personalul companiei în calitate de clienți oferindu-le produse care satisfac necesitățile lor. Scopul marketingului intern - este formare de loialitate și satisfacția angajaților. Ca metodă de evaluare a eficienței se utilizează datele privind satisfacția angajaților. Cea mai frecvent utilizată metodă de evaluare a satisfacției angajaților este analiza propusă de E.V Novatorov [9]. La baza acestei metode stă metoda de măsurare a satisfacției consumatorilor "importantă - performanță" adaptată pentru marketing intern.

Tehnologia metodei constă din trei etape interdependente.

În prima etapă prin intermediul focus-grup se realizează interviurile cu angajații companiei, sau prin estimările ale unor experți se întocmește o listă de atribute motivaționale de lucru. În literatura de specialitate [9] pentru realizarea cercetărilor se utilizează următoarele atribute:

— a fi un lider în echipa sa;

- a face munca utilă, interesantă și de calitate;
- a atinge obiectivele personale aferente locului de muncă;
- a avea relații bune în echipă;
- a avea posibilitatea de creștere profesională;
- a dobândi noi cunoștințe și competențe;
- a avea condiții bune de muncă;
- a primi un salariu bun;
- a fi evaluat la justă valoare de manager;
- a ajuta compania în realizarea obiectivelor;
- a fi promovat în carieră;
- a fi o parte a grupului de lucru;
- a avea un loc de lucru stabil;
- a fi informat cu privire la rezultatele activității sale;
- a participa la procesul decizional.

Tabelul 1. Abordări conceptuale ale marketingului intern

N	Definirea	Scopul/rezultat	Notă
1.	Marketing intern - este atitudinea față de personalul companiei în calitate de clienți, oferindu-le produse care satisfac necesitățile lor. În cazul realizării măsurilor de marketing intern se aplică tehnici asemănătoare cu lucru pe piața externă.	Formare de loialitate și satisfacția angajaților	Această abordare a marketingului intern nu este lipsită de lacune-toată atenția este axată asupra personalului și a satisfacției lui lăsând în umbra clientul și interesele lui
2.	Marketing intern – este o condiție care vizează orientarea personalului asupra consumatorului: angajarea, formarea și stimularea a personalului spre deservirea la un nivel înalt a clienților.	Satisfacția clienților prin intermediul lucrului cu personalul	Această abordare evită dezavantajele primei abordări - presupune o orientare puternică spre consumator a personalului, iar în calitate de scop final este satisfacția clientului, da nu a personalului, nu este clar cum de coordonat acțiunile personalului, pentru a evita acțiuni neprevăzute.
3.	Marketingul intern – este o modalitate de a pune în aplicare o strategie de marketing, prin formarea unor valori commune a salariaților când prin utilizarea brandingului intern ,se reunesc eforturile întregului colectiv pentru realizarea unui scop comun.	Realizarea unui scop comun al organizației	Această abordare nu este în contradicție cu ultimele două, este cel mai înalt nivel de evoluție a marketingului intern. Această definiție presupune coordonarea și integrarea eforturilor personalului pentru a atinge obiectivele principale ale companiei.

Sursa: Котлер Ф. Маркетинг от А до Я. — с.171–172 [4]

Mulți autori identifică și alte atribute de motivare [1], dar nu poate fi selectată o listă de atribute motivaționale identice pentru orice companie. Ele vor varia considerabil în funcție de caracteristicile specifice ale companiei și a angajaților.

În a doua etapă, are loc chestionarea angajaților pentru determinarea importanței și gradului de execuție a fiecărui atribut. Apoi este determinat balul mediu de categoria "importanță" și "performanță" pentru fiecare atribut.

Etapa finală include analiza rezultatelor, în care se compară între ei indicatorii "importanță" și "performanță" a fiecărui atribut. Analiza rezultatelor este descrisă în tabelul 2.

Tabelul 2. Analiza rezultatelor cercetării prin metoda "importanță-performanță"

Denumirea	Descrierea	Măsuri suplimentare necesare
Rezultat reușit	Atributele importante pentru colaboratori și de care ei sunt satisfăcuți	De păstrat situația cu privire la atribut
Posibilă supraestimare	Excesul consumului de resurse a firmei pentru acele atribute, care au o importanță nesemnificativă pentru colaboratori	De micșorat cantitatea de resurse pentru atributul dat
Prioritatea joasă	Atributele care nu sunt importante pentru colaboratori și de care ei nu sunt satisfăcuți	Nu este necesar de cheltuit resurse suplimentare pentru atribut
Concentra pe aceasta	Atribute de importanță majoră pentru colaboratori, dar cărora întreprinderea nu le acordă atenție	De concentrate resursele asupra atributului dat

Sursa: Новаторов Э.В. Аудит внутреннего маркетинга методом «важность-исполнение» - с. 40 [9]

Această metodă permite definirea domeniilor de investiții ineficiente în marketing intern, și identificarea domeniilor prioritare pentru investiții în viitor. Însă, putem evidenția unele neajunsuri ale acestei metode de evaluare a performanței - toată atenția se concentrează asupra personalului companiei și satisfacției acestora lăsând în umbra satisfacția consumatorului final și reacția lui la măsurile preluate de marketingul intern. În plus, aceste date nu sunt legate de rezultatele financiare ale companiei și se orientează pe termen scurt, deoarece nu ne prezintă nici o informație despre randamentul investițiilor.

II. Concentrarea pe satisfacția clienților.

A doua abordare a activității de marketing intern presupune o activitate care vizează încurajarea angajaților spre un nivel înalt de deservire a clienților, care este scopul marketingului intern.

În cadrul acestei abordări pentru a determina eficiența de marketing intern pot fi utilizate orice metode de evaluare a satisfacției clienților și a calității serviciilor.

Cel mai des sunt folosite următoarele metode:

- analiza "importanță-performanță";
- sondajul cumpărătorilor;
- metoda "cumpărător misterios".

Metodă "importanță - performanță" se efectuează folosind aceeași tehnologie ca cea descrisă mai sus:

1. Se definesc nevoile de bază ale consumatorilor sau proprietățile produsului prin interviuri individuale focalizate;
2. Printr-un studiu cantitativ se determină gradul de prezență și importanță a proprietăților identificate în prima etapă;
3. În baza rezultatelor obținute se dă o apreciere a nivelului satisfacției clienților (prin calcularea unei medii simple) [5].

Indicatorul final va determina gradul de satisfacție a consumatorilor, și va fi un indicator al eficienței activităților realizate în cadrul marketingului intern.

Pentru a determina satisfacția clienților se utilizează sondajul. La prima etapă, în cursul comunicării cu clienții sunt identificați indicatori cheie de satisfacție a clienților. În a doua etapă consumatorii sunt rugați să evalueze produsul / compania după acești indicatori.

În tabelul 3 este prezentată forma unificată a chestionarului pentru studiul satisfacerii clienților.

Tabelul 3. Chestionarului pentru studiul satisfacerii clienților

Apreciați calitatea produsului nostru				
Foarte înalt	Înalt	Medie	Joasă	Foarte joasă
Comparați calitatea produsului nostru cu calitatea produsului concurentului de bază				
Mai joasă	Aceiași	Mai înaltă		
Cum apreciați activitatea noastră pe următoarele direcții				
Foarte bine	Bine	Suficient	Rău	Foarte rău

Sursa: Голубков Е.П. Маркетинг: словарь-справочник. — с. 440 [2]

Analiza rezultatelor obținute ar permite: evaluarea gradului de satisfacție a consumatorilor; evidențierea zonelor "problematice" în deservirea clienților; acordarea atenției acelor activități de care clienții sunt nemulțumiți.

Metoda "cumpărător mister".

Această metodă este folosită în special pentru evaluarea calității serviciilor. Utilizarea metodei "cumpărător mister" (Mystery shopping), presupune evaluarea calității serviciului, cu ajutorul unor experți, care se prezintă în calitate de cumpărător (client). Calitatea serviciilor este estimată pe baza unor criterii pre-

proiectate în timpul cumpărăturilor personale sau prin telefon, în conformitate cu un scenariu detaliat comportamentului "cumpărător misterios". În baza rezultatelor obținute se determină aprecierea calității [8].

Această metodă permite colectarea informației interne necesare pentru analiza punctelor forte și slabe ale personalului, precum și pentru a determina direcția activităților din domeniul marketingului intern care necesită ajustări. Drept rezultat, este determinarea, dacă a fost posibil, sau nu, cu ajutorul implementării măsurilor de marketing intern, a sporii satisfacția clienților. Cu toate acestea, satisfacția clienților poate fi afectată și de alți factori, astfel încercările de a evalua eficiența activităților prin intermediul unuia sau mai multor indicatori separați, nu sunt reușite.

Activitatea oricărei companii presupune efectuarea unei varietăți de funcții pe diverse direcții, dintre care activitățile în domeniul marketingului intern este doar una dintre modalitățile de realizare a obiectivelor comune. Prin urmare, pentru a obține o evaluare complexă a eficacității este necesar de utilizat un sistem de indicatori interdependenți. Rezultatele obținute sunt virtuale și nu pot fi exprimate în indicatori de performanță financiară și comparate cu costurile.

Problema data poate fi rezolvată, în caz dacă evaluarea eficienței măsurilor marketingului intern nu este izolat realizată, dar într-un sistem de indicatori interdependenți ai eficienței. Această abordare corespunde celui de al treilea concept de definire a marketingului intern.

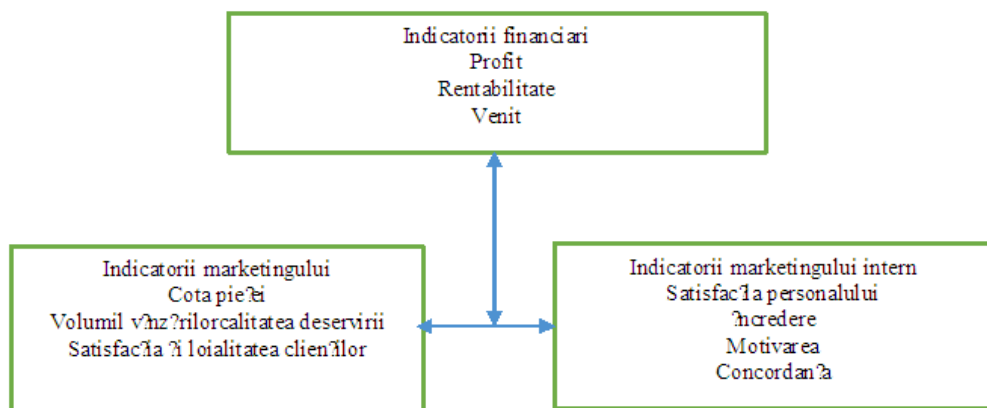


Figura 1. Sistemul indicatorilor interdependenți ai eficienței întreprinderii

Sursa: elaborat de autor

Accentual se plasează pe atingerea obiectivelor organizației. Conform acestei abordări, marketingul intern este privit ca o modalitate de a pune în aplicare strategia organizației prin formarea unor valori comune în rândul tuturor angajaților, înțelegerea strategiei companiei, obiectivelor și valorilor ei – toate

acestea contribuie la apariția unui efect sinergic în dezvoltarea companiei în ansamblu și a fiecărui angajat în parte.

Sarcina marketingului intern în cazul dat teste de a realiza obiectivele organizației.

Pentru evaluarea eficienței este necesar de utilizat un sistem multidimensional de indicator interdependenți. Elaborarea unui sistem identic de indicatori ai eficienței pentru toate companiile este imposibil. Însă, putem prezenta o schema universală, care poate fi utilizată de toate companiile (vezi figura 1).

Primul grup de indicatori sunt indicatori financiari ai eficienței activității întreprinderii. De regulă, la nivel administrativ, firma atrage atenție anume acestui grup de indicatori, printre care cel mai important este profitul. Dar, în cazul când compania este cointerесată de a obține rezultate pe o perioadă lungă de timp, atunci în procesul evaluării eficienței vor fi luați în considerație și indicatorii eficacității atât a marketingului, cât și a marketingului intern. Utilizarea acestor indicatori dă posibilitatea de a evalua eficiența atunci, când rezultatul planificat nu poate fi exprimat prin indicatorii financiari, și în cazul investițiilor de lungă durată.

Examenând indicatorii eficienței marketingului intern este posibil de a stabili legătura între indicatorii financiari și de marketing. De exemplu, putem determina, cum măsurile realizate în cadrul marketingului intern au influențat asupra volumului vânzărilor și profitul companiei. Aceasta ne va permite de a compara efectul obținut de la realizarea activităților din cadrul marketingului intern cu costurile, ceea ce reprezintă evaluarea cantitativă a eficacității măsurilor realizate.

În concluzie putem menționa, că marketingul intern poate fi privit ca un mecanism de integrare necesar pentru a atinge obiectivele organizației. Pentru determinarea eficienței marketingului intern este necesar de analizat un sistem de indicatori și de a determina influența reciprocă a lor.

Obiectivul de bază în evaluarea eficienței este de a evidenția acele domenii, care într-o măsură mai mare vor influența asupra performanței companiei, ceea ce va da posibilitate de a investi optimal resursele pentru atingerea scopurilor finale ale firmei.

BIBLIOGRAFIE:

1. Багиев Г.Л., Асаул А.Н. Организация предпринимательской деятельности: Учебное пособие / Под общ. ред. Г.Л. Багиева. — СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2001. — 231.
2. Голубков Е.П. Маркетинг: словарь-справочник. — М.: Дело, 2001. — 440 с.
3. Дрейк С. Зажигай! Внутренний маркетинг для воодушевления сотрудников и привлечения клиентов. — М.: Вершина, 2006. — 320 с.
4. Котлер Ф. Маркетинг от А до Я. — СПб.: Изд. Дом «Нева», 2003. — С.171–172.

5. Ламбен Жан-Жак. Менеджмент, ориентированный на рынок. — СПб.: Питер, 2006. — 800 с.
6. Ландреви Ж., Леви Ж., Линдон Д. Меркатор. Теория и практика маркетинга: В 2 т. — Т. 2. — М.: МЦФЭР, 2007. — 512 с.
7. Лобанов Д. Внутренний маркетинг персонала в российских компаниях <http://www.hr-portal.ru/node/1980>.
8. Марданова Э. Mystery shopping оптимизирует внутренний маркетинг // Кадровый менеджмент. — 2006. — № 7. — С. 23–24.
9. Новаторов Э.В. Аудит внутреннего маркетинга методом «важность-исполнение» // Маркетинг в России и за рубежом. — 2006. — № 3 — С. 40.
10. Павлова О. Внутренний маркетинг в компании // http://www.ipr.by/ru/articles/2006/art_14.html.
11. Пол Р. Тимм. 50 идей, необходимых для удержания клиентов. — СПб.: Питер, 2004. — 320 с.
12. Соловьева Ю.П. Концепция внутреннего маркетинга //Маркетинг в России и за рубежом. — 2008. — № 4. — С.125–127.
13. Фролов И.Р. Корпоративная политика лояльности (на примере рынка потребительских товаров) // Маркетинговые коммуникации. — 2007. — № 2 — С. 84–85.

ВОССТАНОВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ ВИНОГРАДАРСТВА В РОССИИ: ТЕНДЕНЦИИ И МЕХАНИЗМ ОБЕСПЕЧЕНИЯ

КУЛОВ А.Р.,

*доктор экономических наук, профессор,
главный научный сотрудник
отдела инвестиционно-финансовых
и материальных ресурсов в АПК
Федерального государственного
бюджетного научного учреждения
«Всероссийский научно-исследовательский институт
организации производства, труда и управления в сельском хозяйстве»*

ОРЛОВА А.Г.,

*кандидат экономических наук,
преподаватель кафедры Экономики,
факультета экономики и управления в
«Гуманитарно-экономический и
технологический институт» (ГЭТИ),
г. Москва*

Abstract: *The article deals with some economic problems, we are of the most important branch of agriculture - viticulture, analyzes the dynamics of producer prices of grapes and its deviation in regions, revealed a continuing trend to reduce the area of new table grape varieties due to high production costs and operating at low customs duties on imported Grapes from the countries of Central Asia, the need to take urgent measures in the short term and developing a comprehensive program of state-governmental development of viticulture in the long recovery as a whole.*

Key words: *Price, cost, customs duty, growers, vineyard area, state support, state-state program.*

Последствия экономических преобразований в аграрной сфере сказывались в различных отраслях и подотраслях, в том числе и виноградарстве и связанных с ним секторов перерабатывающей промышленности и оптово-розничной сферы. В условиях переходной экономики применяемый экономический механизм обеспечения воспроизводства в аграрном секторе исходил из целевой функции достижения макроэкономической стабилизации, что предопределяло соответствующую политику как государства в сфере поддержки отрасли, так и хозяйствующих субъектов села.

Однако, в последующие годы эта политика привела к значительному изменению ситуации на отечественном рынке сельскохозяйственного сырья и агропродовольствия, в частности, винограда и винодельческой продукции, когда продукция российских товаропроизводителей фактически была вытеснена импортной. В 2014 г. после принятия мер по ограничению импорты сельскохозяйственной продукции из стран ЕС, США, Канады и других, как реакции на введенные санкции против нашей страны, появилась уникальная возможность кардинально изменить подход к использованию элементов экономического механизма, в частности, направленные на развитие производства винограда, на восстановление отрасли виноградарства в целом.

Это обуславливает необходимость выработки мер, инструментов и механизмов, ориентированных на противодействие экспансионистской политики стран, в которых имеются более благоприятные природно-климатические условия для выращивания в промышленных масштабах виноград столовых и технических сортов. Тем более, что правила ВТО предусматривают возможность применения целого комплекса мер, входящих в так называемую «зеленую корзину», в составе которой представляет интерес меры по стимулированию привлечения инвестиций в сельское хозяйство, в инфраструктуру АПК и др. Но, эти меры используются сельскохозяйственными организациями недостаточно активно, что проявляется в частности в низких темпах расширения площадей виноградных насаждений, что прямо сказывается на динамике их увеличения уже в плодоносящем возрасте (таблица 1.).

Если взять за базу сравнения 2008 г., то наблюдается сокращение насаждений как в целом по стране, так и в сельскохозяйственных организациях. Такое сокращение протекает на фоне увеличения площадей насаждений в плодоносящем возрасте, которое, тем не менее, отстает от общероссийского уровня. Начиная с 2010 г. в сельскохозяйственных организациях рост площадей виноградника в плодоносящем возрасте идет более уверенными темпами, что отражается на валовом сборе винограда. Однако сопоставление урожайности, которую достигали товаропроизводители с урожайностью в сельскохозяйственных организациях, можно заметить, что только за счет этого фактора сельскохозяйственные организации имеют возможность для существенного наращивания производства винограда в стране. Отставание в урожайности винограда не компенсируется экстенсивным фактором, что ведет к изменению доли сельскохозяйственных организаций в общем объеме производства винограда (Рисунок 1).

В процессе исследования было выявлено, что в результате реформирования в аграрной сфере, которые протекали с присущими особенностями изменения роли крупного общественного производства в

объеме производства сельскохозяйственной продукции, к началу реализации в 2008 г. Государственной программы развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и агропродовольствия на период 2008-2012 гг., основными производителями винограда были крупные и средние сельскохозяйственные организации (табл. 2).

Таблица 1. Площади, валовой сбор и урожайность виноградных насаждений в Российской Федерации

	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2011-2013 в % к 2006-2010	2013 г. в % к ср знач. За 2008-2012 гг.
Хозяйства всех категорий								
Всего насаждений, тыс. га	65,3	65,3	62,2	63,0	61,5	62,4	98,3	98,5
в том числе:								
в плодоносящем возрасте	41,9	42,1	42,9	45,1	46,1	48,2	109,4	110,9
Валовой сбор, тыс. ц	2678,8	2987,2	3242,9	4123,8	2667,9	4391,0	129,4	139,8
Урожайность, ц с 1 га убранный площади*	62,9	69,6	73,4	88,6	59,4	93,6		131,7
Сельскохозяйственные организации								
Всего насаждений, тыс. га	55,2	54,4	51,9	52,7	50,9	50,4	96,0	95
в том числе:								
в плодоносящем возрасте	35,0	34,6	34,6	36,6	37,5	39,0	106,4	108,8
Валовой сбор, тыс. ц	1940,2	2120,2	2319,2	3113,4	1966,2	3275,9	133,5	142
Урожайность, ц с 1 га убранный площади*	54,4	59,7	64,5	81,3	53,6	87,1		138,8

**До 2011 года - с площади в плодоносящем возрасте*

Источник: Российский статистический ежегодник 2014. Росстат. М. 2014.

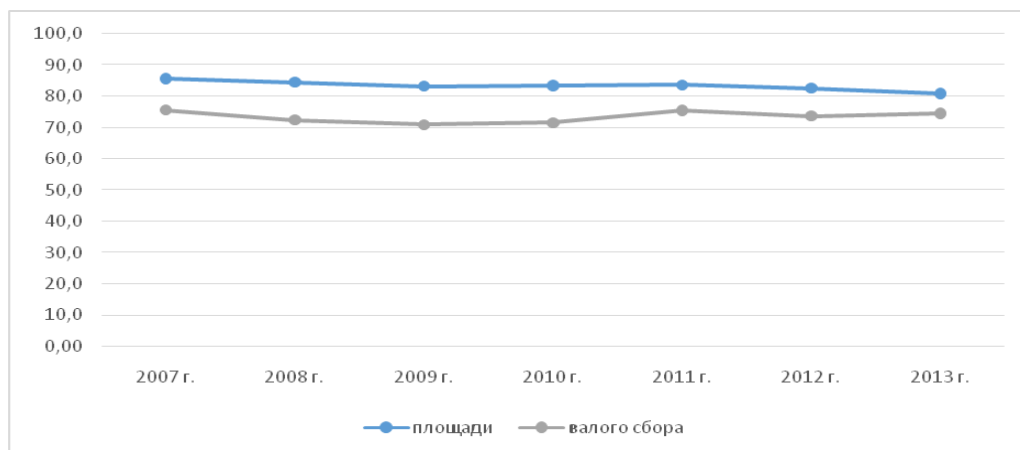


Рисунок 1. Доля сельскохозяйственных организаций в площади виноградных насаждений и валового сбора винограда в РФ, %
 Источник: Рассчитано авторами по данным: Российский статистический ежегодник 2014. Росстат. М. 2014.

Таблица 2. Площадь виноградников и валовой сбор винограда 2008-2012 гг

	Сельскохозяйственные организации	В т.ч.: малые предприятия	Хозяйства населения	Крестьянские (фермерские) хозяйства
2008 г.				
Общая площадь, тыс. га	54,4	6,4	6,9	3,1
в том числе:				
площадь в плодоносящем возрасте	34,9	3,6	6,2	0,7
Валовой сбор, тыс. ц	1940,2	105,8	683,4	55,3
в том числе:				
с площадей в плодоносящем возрасте	1899,8	104,0	682,8	53,3
Урожайность, ц с 1 га убранный площади	54,4	28,5	110,2	72,7
2012 г.				
Общая площадь, тыс. га, в т.ч.:	50,4	10,0	8,7	3,2
площадь в плодоносящем возрасте	39,0	6,6	7,6	1,6
Валовой сбор, тыс. ц, в т.ч.	3275,9	492,0	965,6	149,6
в том числе:				
с площадей в плодоносящем возрасте	3216,7	470,7	965,3	134,9
Урожайность, ц с 1 га убранный площади	87,1	73,2	127,0	84,0

Источник: Российский статистический ежегодник 2014. Росстат. М. 2014.

Особенностью можно назвать рост доли малых сельскохозяйственных организаций, почти в два раза, что можно отнести к большей гибкости данной группы товаропроизводителей в сравнении с крупными и средними. На первый взгляд, данный тезис не требует и не может быть скорректирован в отношении крестьянских (фермерских) хозяйств, в которых площадь насаждений в плодоносящем возрасте значительно увеличилась в завершающем Госпрограмму ... 2008-2012 г. периоде. Особенностью можно назвать рост доли малых сельскохозяйственных организаций, почти в два раза, что можно отнести к большей гибкости данной группы товаропроизводителей в сравнении с крупными и средними. На первый взгляд, данный тезис не требует и не может быть скорректирован в отношении крестьянских (фермерских) хозяйств, в которых площадь насаждений в плодоносящем возрасте значительно увеличилась в завершающем Госпрограмму ... 2008-2012 г. периоде.

Но, если сравнить общую площадь и учесть 4-х летний период до начала этапа активного плодоношения, то становится ясно, что механизм государственного стимулирования расширения площадей виноградников фермерскими хозяйствами требует существенных корректировок, обуславливаемых необходимостью изменения роли данной формы хозяйствования в производстве столовых сортов винограда. По нашему мнению, малые сельскохозяйственные организации и крестьянские (фермерские) хозяйства могут и должны стать активными поставщиками на российский рынок столовых сортов винограда. Особенно, учитывая, что подавляющее большинство российских крупных и средних виноградарских сельскохозяйственных организаций функционируют со времен плановой системы хозяйствования и специализировались на производстве сырья для изготовления вина или сами производили вино. Действенная государственная политика в области стимулирования расширения площадей столового винограда позволит, на наш взгляд, изменить долю крестьянских (фермерских) хозяйств и индивидуальных предпринимателей на рынке этой продукции, которая в 2013 г. составляла всего 3,4% (Рисунок 2).

В настоящее время действующий экономический механизм не позволяет учитывать срок начала активного периода плодоношения виноградников при оценке хозяйственной деятельности товаропроизводителей. Так или иначе, это сказывается на результатах их деятельности, что прямо и косвенно усугубляется действующей в стране системы налогообложения. Особенно при исчислении различных видов социальных налогов, когда товаропроизводители при обновлении виноградных насаждений не имеют каких-либо льгот. С другой стороны, механизм субсидирования затрат на восстановления виноградников к 2018 году должен быть существенно преобразован в соответствии с правилами ВТО.

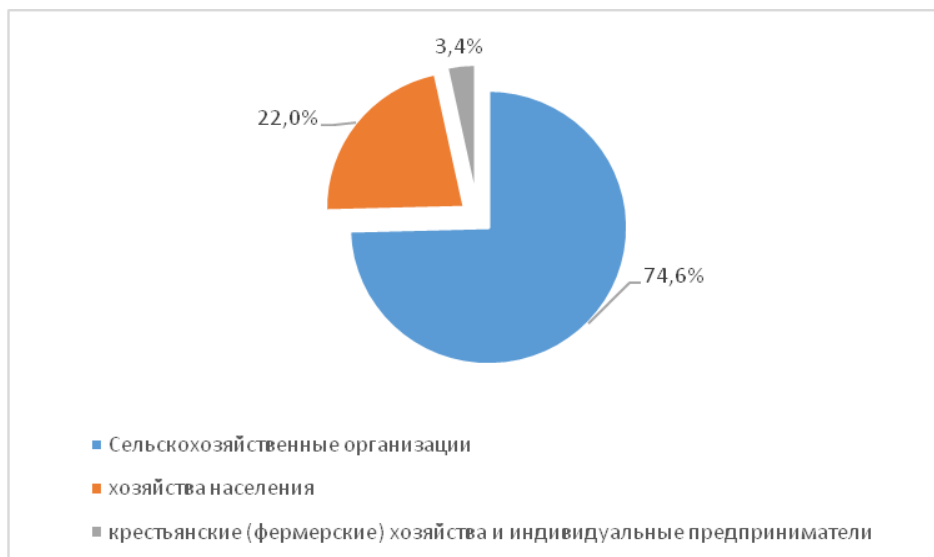


Рисунок 2. Структура производства винограда по категориям хозяйств в 2013 г.

Источник: Рассчитано по данным: Российский статистический ежегодник 2014. Росстат. М. 2014.

Сопоставление урожайности виноградников за относительно длительный период 1996-2013 гг. свидетельствует о значимости данного фактора в увеличении производства винограда в стране. Более чем двукратное увеличение урожайности в 2013 г. в сравнении со средним уровнем, достигнутым в 1996-2000 гг., тем не менее, не обеспечило адекватного роста объемов производства, так как, площади виноградных насаждений в плодоносящем возрасте за этот период сократились более чем, на 27,8%.

Таблица 3. Изменение объема производства винограда в РФ, всего

	1996-2000гг. (в среднем за год)	2001-2005гг. (в среднем за год)	2008-2012 гг. (в среднем за год)	2013 г.	2013г. в % к		
					1996-2000 гг.	2001-2005 гг.	2008-2012 гг.
Всего насаждений - тыс. га, в том числе:	75,9	70,6	63,5	62,4	82,1	88,3	98,3
в плодоносящем возрасте	66,8	56,4	43,6	48,2	72,2	85,5	110,6
Валовой сбор - тыс. ц	2693,2	2905,5	3140,1	4391,0	163,0	151,1	139,8
Урожайность - ц с 1 га	39,8	50,6	70,8	93,6	235,2	185,0	132,2

Источник: Российский статистический ежегодник 2014. Росстат. М. 2014.

Данные таблица 3 наглядно подтверждают ошибочность преобладающей в начальный период реформирования экономики страны и перехода на капиталистические формы хозяйствования о примате свободного рынка. Выделение пятилетних периодов реформирования с 1996 г. по 2013 г. позволило обозначить этапы уменьшения площадей и спада производства (несмотря на увеличение качественного параметра – урожайности), а также показать начало изменений, связанных с трансформацией роли государства и усиления его инструментов в экономике сельского хозяйства.

Проведенный факторный анализ объемов производства винограда в России подтвердил выдвинутое в процессе исследования суждение о преобладании преимущественно интенсивных факторов (за счет урожайности) увеличения производства винограда в стране (Таблица 4).

Это особенно четко прослеживается при сопоставлении отчетного периода с временным промежутком активного проведения реформирования в экономике и общественно политической жизни страны.

Начиная с 2009 г. в стране наблюдается наращивание производства за счет увеличения площадей виноградников, что, как показывает 2012 г., позволило снизить потери от неурожая на 85,41 тыс. ц. винограда. Но, сопоставление отчетного периода со средними значениями за период 1996-2000 гг. и 2001-2005 гг. показывает положительное влияние урожайности на валовой сбор и уменьшающееся отрицательное влияние площадей вследствие постепенного роста плодоносящих виноградников. Для сравнения приведем показатели **в сельскохозяйственных организациях**, в которых наблюдаемый контраст ещё более явный (

	1996-2000гг. (в среднем за год)	2001-2005гг. (в среднем за год)	2008-2012 гг. (в среднем за год)	2013 г.	2013г. в % к		
					1996-2000 гг.	2001-2005 гг.	2008-2012 гг.
Всего насаждений - тыс. га	70,0	62,8	53,0	50,4	72,1	80,3	95,1
В том числе:							
в плодоносящем возрасте	61,6	49,4	35,6	39,0	63,3	78,9	109,3
Валовой сбор - тыс. ц	2390,0	2312,4	2291,8	3275,9	137,1	141,7	142,9
Урожайность - ц с 1 га	38,3	46,0	62,7	87,1	227,4	189,3	138,9

).

Таблица 4. Результаты факторного анализа динамики производства винограда в РФ, тыс. центнеров

	За счет урожайности	За счет площади	Всего
2001-2005 гг. к ср. за 1996- 2000 гг.	609,12	-413,92	195,2
2002 г.	-757,52	-35,42	-792,9
2003 г.	1339,05	29,60	1368,7
2004 г.	-284,00	18,21	-265,8
2005 г.	256,15	-128,11	128,0
2006 г.	-292,38	-616,08	-908,5
2007 г.	836,60	10,76	847,4
2008 г.	-406,24	-190,21	-596,4
2009 г.	282,05	13,65	295,7
2010 г.	162,84	52,55	215,4
2011 г.	685,54	165,08	850,6
2012 г.	-1345,10	85,41	-1259,7
2013 г.	1648,51	126,94	1775,4
2013 г. к ср. за 1996-2000 гг.	2593,27	-740,20	1853,07
2013 г. к ср. за 2001-2005 гг.	2072,69	-414,82	1657,87

Источник: Рассчитано по данным: Российский статистический ежегодник 2014. Росстат. М. 2014.

Одной из особенностей современного этапа развития виноградарства России можно назвать очень малую долю столовых и преобладание технических сортов. Только в 2013 году было выращено 740,3 тыс. ц столового винограда на площади плодоносящих насаждений свыше 7,3 тыс. га и 3550,7 тыс. ц. технических сортов, выращиваемых на шпалерах размещенных на площади 33 тыс. га.

Столовые сорта винограда в 2013 г. преобладают в регионах Северо-Кавказского федерального округа (СКФО) и Южного федерального округа (ЮФО), удельный вес которых составил свыше 66,8% или 484,1 тыс. ц. и 22,1% или 191 тыс. ц. продукции. При этом доля СКФО увеличилась на 8% по сравнению с 2012 г. Анализ показывает, что лидером в производстве столового винограда является Республика Дагестан, с объемами в 77,7 тыс. ц. в сельскохозяйственных организациях и 292,1 тыс. ц. в хозяйствах населения.

Таблица 5. Изменение объема производства винограда в сельскохозяйственных организациях РФ

	1996-	2001-	2008-2012	2013 г.	2013г. в % к
--	-------	-------	-----------	---------	--------------

	2000гг. (в среднем за год)	2005гг. (в среднем за год)	гг. (в среднем за год)		1996- 2000 гг.	2001- 2005 гг.	2008- 2012 гг.
Всего насаждений - тыс. га	70,0	62,8	53,0	50,4	72,1	80,3	95,1
В том числе:							
в плодоносящем возрасте	61,6	49,4	35,6	39,0	63,3	78,9	109,3
Валовой сбор - тыс. ц	2390,0	2312,4	2291,8	3275,9	137,1	141,7	142,9
Урожайность - ц с 1 га	38,3	46,0	62,7	87,1	227,4	189,3	138,9

Источник: Рассчитано по данным: Российский статистический ежегодник 2014. Росстат. М. 2014.

Неопределенность в сельском хозяйстве РФ, как известно, прямо и косвенно влияет на процессы в отрасли, что сказывается на тенденциях рынка винограда вообще и столового, в частности. Если по такому виду продукции как зерно, в стране используется инструмент нивелирования колебаний спроса и предложения посредством такого института, как Интервенционный фонд РФ, то относительно других видов сельскохозяйственного сырья и агропродовольствия в нашей стране государство ограничено в выборе используемых мер воздействия, а хозяйствующие субъекты лимитированы в применении преимущественно рыночных (фьючерсные и форвардные контракты на поставку винограда и сырья) инструментов. На наш взгляд, действующий экономический механизм воспроизводства в сельском хозяйстве требует добавления и инструментов, которые применены в сфере биржевой торговли, что окажет позитивное влияние на активизацию процессов возрождения и восстановления отрасли виноградарства.

Как известно, промышленное производство винограда в стране сконцентрировано в Южном и Северо-Кавказском Федеральном округах.

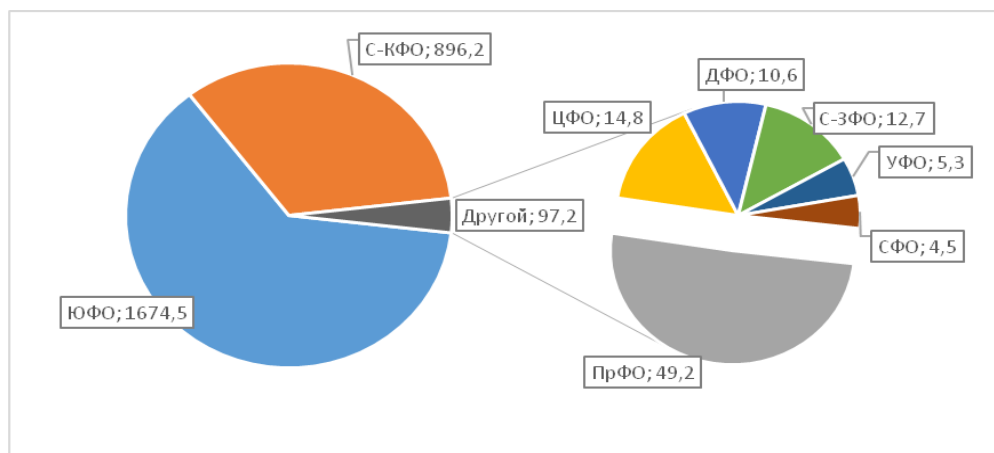


Рисунок 3. Объем производства винограда по федеральным округам в 2013 г., тыс. центнеров

Так, только в 2013 г. в них было произведено 2570,7 тыс. ц., тогда как на долю остальных (Центральный федеральный округ (ЦФО), Дальневосточный федеральный округ (ДФО), Северо-западный федеральный округ (С-ЗФО), Уральский федеральный округ (УФО), Приволжский федеральный округ (ПрФО), Сибирский федеральный округ (СФО)) приходится всего 97,2 тыс. ц. винограда, полученного преимущественно хозяйствами населения, что обусловлено, как известно, природно-климатическими условиями выращивания данного продукта.

Для выявления тенденции изменения динамики производства продукции за относительно длительный период нами использована функция линейного уравнение для динамических рядов. Причем, весь период нами разбит на три временных отрезка, на которых динамика имеет разнонаправленный характер:

- постоянный спад, охвативший период 1990-1998 гг.;
- относительная стагнация – 1999-2006 гг.;
- начала оживления и сравнительного роста – 2007-2013 гг.

Уравнение динамического ряда имеет следующий вид:

$$y = a + bt$$

где, коэффициенты a и b рассчитываются следующим образом:

$$a = \frac{\sum y}{n}; \quad b = \frac{\sum yt}{\sum t^2}; \quad y^t = a + bt$$

Полученные результаты имеют вид для временных отрезков следующий:

$$1990-1998 \text{ гг.: } y = -50,1x + 648,26$$

$$1999-2008 \text{ гг.: } y = 5,6x + 246,99$$

$$2009-2013 \text{ гг.: } y = 17,3x + 262,93$$

Или, с начала реформ объемы производства винограда ежегодно сокращались в среднем на 50,1 тыс. тонн вплоть до 1998 г. Впоследствии объемы винограда варьировались в пределах 247 тыс. тонн с размахом колебания в сторону понижения или повышения в среднем в объеме 5,6 тыс. тонн и этот период охватывал 1999-2008 гг. Существенная девальвация российской валюты в августе–сентябре 1998 г. в значительной мере способствовала стабилизации отечественного производителя столового винограда и сырья для винодельческих хозяйств, но не оказала значимого влияния на рост объемов в стране.

Принятие в 2006 г. и реализация Приоритетного национального проекта «Развитие АПК» не смогло оказать влияние на значительные изменения роли отечественного товаропроизводителя на рынке винограда. Поскольку функционирующая идеология рыночных преобразований не допускала какого-либо существенного вмешательства государства в процессы поддержки отрасли сельского хозяйства в целом, и виноградарства, в частности. Но, самое главное, в этом реализованном проекте не были предусмотрены какие-либо значимые ресурсы для восстановления площадей виноградных насаждений, не говоря уже о выделении средств на борьбу с изреженностью, фитосанитарными и другими мероприятиями.

Относительное оживление и рост производства винограда, который составляет 17,3 тыс. тонн в среднем за 2009-2013 гг. есть следствие пересмотра роли государства в развитии отечественного сельского хозяйства и усиления мер поддержки, которые до 2018 г. могут быть увеличены, как это следует из соглашений России со странами-членами Всемирной Торговой Организации.

Чрезвычайно широкий размах отклонений в ежегодном производстве винограда для выявления общей динамики объективно требует применения метода скользящей средней. В качестве основной базы для расчета указанной средней на ниже приводимых рисунках рассматривается трехлетний период с прогнозом вероятности изменения динамики в течение пяти лет.

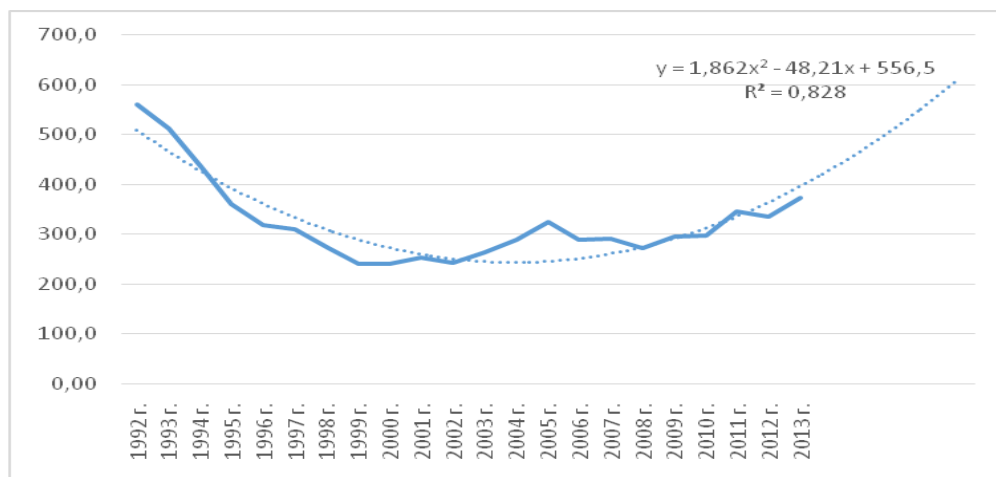


Рисунок 4. Динамика производства винограда в РФ на основе скользящей средней за три года и вероятная динамика в ближайшие пять лет, тыс. тонн

Источник: Рассчитано по данным: Российский статистический ежегодник 2014. Росстат. М. 2014.

Прогнозирование объемов производства винограда на основе трехлетней скользящей средней показывает, что при сохранении темпов роста, наблюдаемых с 1999 г. дореформенный уровень отечественные товаропроизводители смогут достичь к 2018-2020 гг., что возможно при самых благоприятствующих условиях внешнего и внутреннего рынка.

Приведенные аналогичные расчеты в разрезе сельскохозяйственных организаций и крестьянских (фермерских) хозяйств показывают, что без хозяйств населения дореформенный уровень производства винограда, превысивший в 1990 г. 600 тыс. тонн, может быть достигнут в ещё более отдаленной перспективе. И, как показывают расчеты, к 2025-2028 гг. даже с учетом темпов роста плодоносящих виноградных насаждений в крестьянских (фермерских) хозяйствах.

Основные результаты деятельности сельскохозяйственных предприятий и крестьянских (фермерских) хозяйств напрямую зависят от рыночной конъюнктуры и объемы производства в период активных преобразований напрямую зависели от общей макроэкономической ситуации в стране.

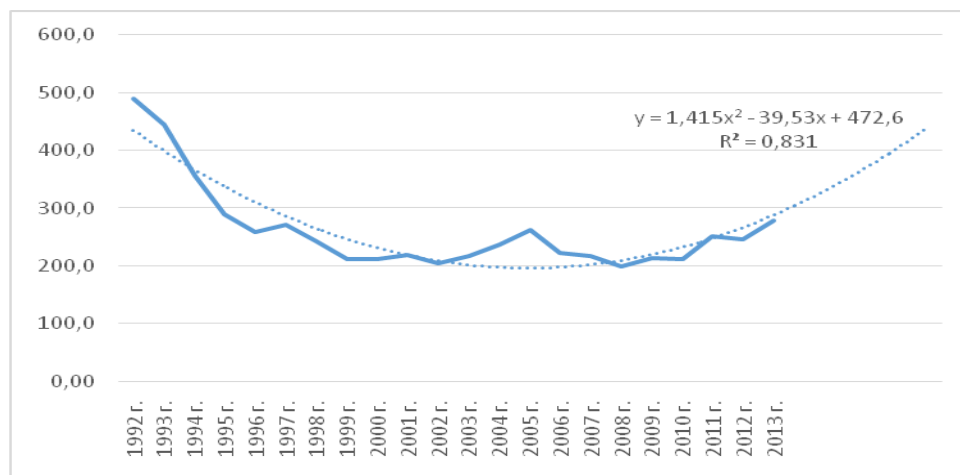


Рисунок 5. Динамика производства винограда в сельскохозяйственных организациях РФ на основе скользящей средней за три года и вероятная динамика в ближайшие пять лет, тыс. тонн

Источник: Рассчитано по данным: Российский статистический ежегодник 2014. Росстат. М. 2014.

Но, как показали результаты исследований, в период 1994-1998 гг. объем производства винограда в хозяйствах населения также существенно снизился, более чем три-пять раз.

Но, уже к 2011-2013гг. производители данной формы хозяйствования по объему производства винограда превзошли дореформенный уровень. На 01.01.2014 г. в хозяйствах населения, к которым мы относим также коллективные сады и огороды, общая площадь виноградниковпревысила 8,7 тыс. га, из которых 7 тыс. га в плодоносящем возрасте.

Хозяйства населения имеют 2,4 тыс. га столовых сортов винограда в плодоносящем возрасте и фактически их площадь мало изменилась. Другой особенностью можно назвать преобладание виноградных насаждений на шпалерах, площадь которых в 2013 г. составила 5,1 тыс. га, из которых 4,5 тыс. га расположены в Республике Дагестан.

Сложившаяся в России структура общественного производства предопределяет необходимость выработки адекватной системы механизма, ориентированного на стимулирование расширения виноградников в сельскохозяйственных организациях, а также формирование комплексной системы перерабатывающих кооперативов по выпуску широкого спектра продукции из винограда

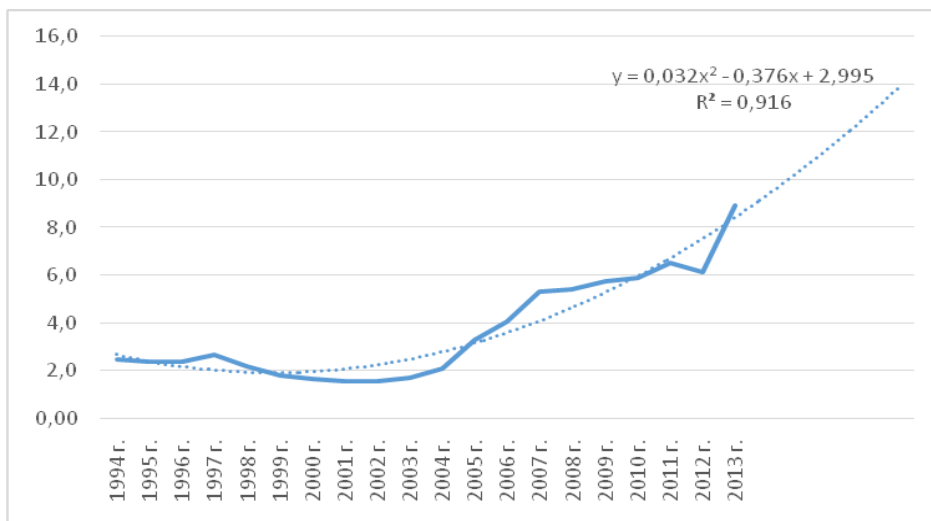


Рисунок 6. Динамика производства винограда в крестьянских (фермерских) хозяйствах РФ на основе скользящей средней за три года и вероятная динамика в ближайшие пять лет, тыс. тонн

Источник: Рассчитано по данным: Российский статистический ежегодник 2014. Росстат. М. 2014.

В условиях необходимости преодоления последствий мирового кризиса и выстраивания модели функционирования хозяйствующих субъектов нашей страны в период экономических санкций, одной из тем, не вызывающих у исследователей сомнений, является государственное регулирование экономикой страны. Проблема участия государства в экономике специалистами обсуждается преимущественно в плоскости степени и глубины охвата регулирующего воздействия различных государственных институтов на экономические процессы. Об этом, в частности, свидетельствуют активные действия Центрального Банка России по стабилизации валютного рынка в стране в ноябре-декабре 2014 года, что позволило в значительной степени уменьшить негативные последствия, вызванные снижением мировых цен на нефтяном рынке. Активные действия по импортозамещению сельскохозяйственного сырья и агропродовольствия из стран Европейского Союза, США, Канады и Австралии с заменой на поставщиков государств Латинской Америки также есть результат государственного регулирования экономикой страны. Эти два примера наглядно свидетельствуют об ошибочности позиции сторонников необходимости минимизации участия государства в процессах регулирования народнохозяйственного комплекса страны.

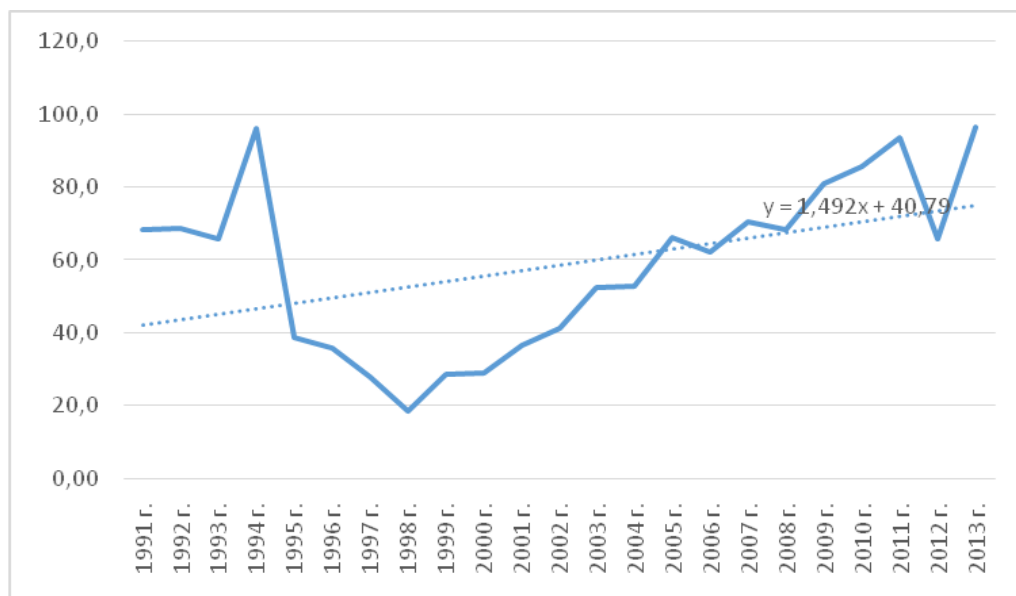


Рисунок 7. Динамика производства винограда в хозяйствах населения России

Источник: Рассчитано по данным: Российский статистический ежегодник 2014. Росстат. М. 2014.

Одним из ключевых секторов экономики, в котором участие государства не может быть «минимальным» является сельское хозяйство, которое, как подтвердили события в период обострения межгосударственных отношений является весьма и весьма существенным инструментом для оказания политического давления на Правительство РФ. Среди всех мер государственного регулирования важнейшим является государственная поддержка, которая начала применяться начиная с 2002 г. и активное её использование связывают с принятием и реализацией Приоритетного Национального Проекта «Развитие АПК» в 2006 г. В дальнейшем, были приняты и по многим позициям реализованы положения Государственной программы развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2008-2012 годы и в настоящее время реализуется Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013-2020 годы.

Кратко рассмотрим подходы к пониманию сущности государственной поддержки, трактуемую российскими исследователями. Рассмотрим подходы к определению государственной поддержки, выдвигаемые различными исследователями. Так, одни авторы под государственной поддержкой

понимают совокупность финансово-экономических, организационных и правовых мер создания и обеспечения паритетных – эквивалентных – отношений в рамках народнохозяйственного комплекса. Автор вполне обосновано разделяет сущность определений «государственная поддержка» и «бюджетная поддержка». Справедливо отмечая, что последняя входит составной частью государственной поддержки.

В унисон данному определению высказывается другой исследователь, который также в качестве основополагающего положения необходимости оказания сельскому хозяйству государственной поддержки указывает наличие неэквивалентных отношений в товарообмене сельского хозяйства с другими отраслями экономики. Хотелось бы отметить, что, на наш взгляд, обеспечение паритетных отношений – функция присущая не столько государственной поддержке, сколько государственному регулированию. Это вытекает из самого содержания поддержка: помощь, содействие. Тогда как, установление паритета цен между аграрным сектором экономики и промышленностью требует включения механизма распределения и перераспределения части общественного продукта не только посредством государственной поддержки, но и через налоговую систему, кредитно-финансовую систему, таможенные регуляторы, организационно-правовые механизмы.

Государственная поддержка аграрного сектора экономики чрезвычайно многоаспектная проблема, охватывающая многообразие экономических рычагов и механизмов её обеспечения. Но, в её основе лежит принцип компенсации аграрным товаропроизводителям части затрат на проведение тех или иных мероприятий и выполнение работ. Например, субсидии на поддержку элитного семеноводства или племенного животноводства позволяют аграрным товаропроизводителям затрачивать на приобретение элитных семян или племенного скота значительно меньше собственных средств. Или, субсидирование процентных ставок по кредитам российских банков и сельскохозяйственных потребительских кредитных кооперативов существенно расширило доступ к заемным средствам для как краткосрочного, так и долгосрочного характера для многих товаропроизводителей сельскохозяйственного сырья и агропродовольствия.

Однако, многие сектора сельского хозяйства остаются без должного внимания со стороны государства. Одной из таких отраслей является виноградарство, которое нуждается в государственной поддержке в настоящее время в ещё большем объеме в связи с необходимостью восстановления этого сектора как отрасли в целом. Что обусловлено, в том числе, особенностями виноградников, которые входят в период «промышленного» плодоношения на третий или четвертый год после посадки саженцев и в период этого срока требующие соответствующего, если не большего ухода за ним. Другой особенностью является использование

винограда либо на технические (изготовление вина), либо продовольственные цели (нужды), что определяет применение соответствующих инструментов и направленных мер государственной поддержки. Если виноград используется как сырье для получения основы производства вина, то необходима политика стимулирования предприятий, конечной целью которых является выпуск различных напитков из широкого спектра технических сортов этой продукции. Но, нам представляется, что в настоящее время необходима политика государственного стимулирования возрождения и развития производства столовых сортов винограда, особенно в Краснодарском крае, Республике Дагестан, Республике Северная Осетия-Алания, а также в отдельных районах Крымского Федерального округа.

Но, не сама по себе государственная поддержка должна быть инструментом восстановления виноградарства, а выступать как один из элементов действенного экономического механизма развития данной отрасли, что предполагает необходимость трансформации или уточнения понимания данного явления. Под экономическим механизмом развития виноградарства следует понимать, на наш взгляд, систему ценовых, финансовых, кредитных инструментов и мер государственной поддержки, ориентированных на восстановление и расширение производства винограда (столового и технического) на базе широкого применения инновационных технологий выращивания на промышленной основе. Тогда под государственной поддержкой в рамках выдвинутого понимания экономического механизма следует понимать, на наш взгляд, систему мер и инструментов обеспечения расширенного воспроизводства столового и технического винограда, которые не противоречат требованиям ВТО. К таким мерам следует отнести, прежде всего, те, которые связаны со стимулированием инвестиционной деятельности, что имеет важное значение для закладки новых площадей виноградников и замены на более молодые саженцы на площадях винограда, чей возраст превышает свыше тридцати лет.

Важнейшим инструментом государственной поддержки выращивания виноградных плантаций является создание экономических условий стимулирующих приток инвестиций для закладки новых насаждений. Учитывая, что активный период сбора урожая начинается с третьего или пятого года после посадки саженцев, то на этот период представляется возможным и необходимым использование системы налогообложения и предоставление инвестиционного налогового кредита для хозяйств, активно высаживающих саженцы винограда.

В масштабах страны такие меры, на наш взгляд, позволят увеличить валовой сбор винограда с учетом периода начала промышленной уборки (через 3-4 года) урожая в течение 5-7 летнего периода. Как показывает динамика скользящей средней за 5 лет, такой рост позволит достичь дореформенного уровня производства к 2020-2025 году (Рисунок 8).

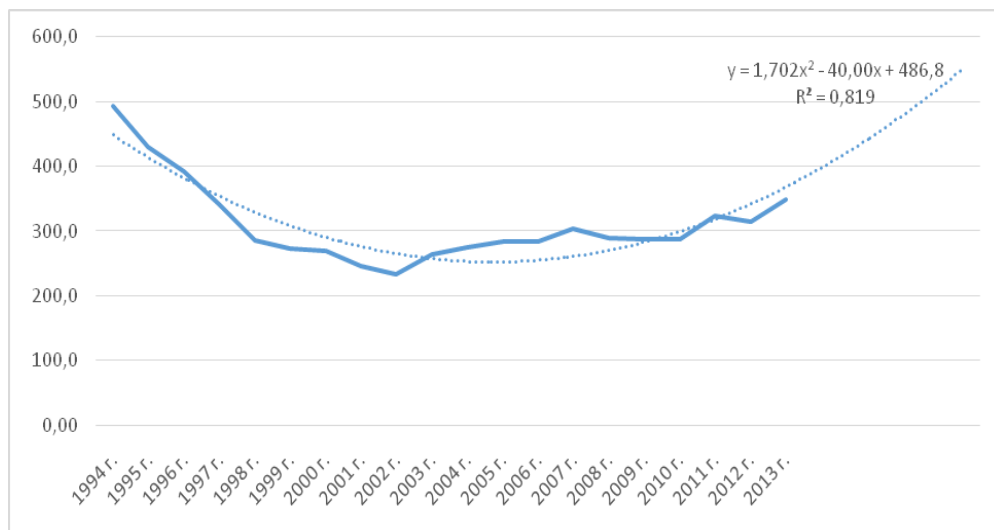


Рисунок 8. Динамика скользящей 5-ти летней средней валового сбора винограда в РМ

Источник: Рассчитано по данным: Российский статистический ежегодник 2014. Росстат. М. 2014.

Но, для придания этой динамики устойчивой тенденции необходима выработка мер государственной поддержки восстановления и развития отрасли виноградарства как в целом в России, так и в РМ, базирующейся на применении инновационных технологий выращивания и переработки винограда, не только в виде вина, но и для производства различных видов варенья, джема, соков и других продуктов. Что даст возможность создать новые рабочие места в пищевой и перерабатывающей промышленности региона, относящегося к категории трудоизбыточных субъектов РМ.

Кроме того, важнейшим направлением является софинансирование инвестиций в расширение виноградников на наиболее виноградопригодных землях. Необходимо применять механизм выделения из консолидированного бюджета средств на единицу вложений частного капитала, направляемых на увеличение площадей виноградников, например, в соотношении 1:1. Может быть и иное соотношение, для реализации которого источником средств может быть преимущественно федеральный бюджет, что в условиях ограниченности резервов потребует применение инструментов долгосрочного заимствования на отечественном рынке капитала, например, посредством выпуска специализированных долговых обязательств.

Государственная поддержка в сельском хозяйстве может быть наиболее эффективной с максимальной результативностью только тогда,

когда она сочетается с другими инструментами экономического механизма и применяется с ними в комплексе, ориентируясь на достижение конкретного результата, а именно восстановление и развитие отраслей как единого комплекса, в данном случае виноградарского подкомплекса страны.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Габеева М.Г. Финансово-экономическое регулирование АПК (на примере Республики Северная Осетия-Алания). Диссертация на соискание учен. ст. к.э.н., ВНИЭТУСХ. М.: 2002. С. 41, 160 стр.
2. Кошолкина Л.А. Государственная поддержка сельского хозяйства. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. М: 2004: с.8.

ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ ПРЕДПРИЯТИЯ

ЛАВРУК ОКСАНА,

кандидат экономических наук, доцент

Подольский государственный

аграрно-технический университет,

Украина

Abstract: *Determined that organizational culture is a complex and dynamic social phenomenon, determining organizational development consultation in general. Organizational culture should be understood multilevel system, which is based on distinctive values and principles of organizational behavior, unique mental models and paradigms which aim to promote the socio-labour relations advice. The formation of the organizational culture of a company is the process of establishing a certain set of values, norms, rules, organizational behavior, as well as images and external attributes of organizational culture that impact on the regulation of the system of social and labor relations consultation, implementation and consolidation, characterized by complexity and completeness of action. It is established that the formation and development of organizational culture of an enterprise is influenced by factors external and internal environment.*

Key words: *Organizational culture, formation, development, factors.*

Постановка проблемы. Предприятия как субъект хозяйствования – это сложный механизм, основой жизненного потенциала которого является организационная культура: цели участия, построение отношений между работниками, устойчивые нормы и принципы жизни и деятельности. Все это не только отличает одно предприятие от другого, но и существенно предопределяет успех их функционирования и выживания в долгосрочной перспективе.

Анализ последних исследований и публикаций. Проблема организационной культуры, ее структуры и факторов формирования рассматривалась многими учеными, в частности В. Весниным, О. Виханским, М. Вороновым, С. Гримблатом, Т. Дьяченко, А. Исаевым, Н. Кабушкиным, В. Реутовым, Т. Сиваченко, О. Смолинской, Соломанидиной и другими, каждый из которых придерживался своего подхода к раскрытию сущности и содержания организационной культуры предприятия. В связи с этим единого подхода к пониманию понятия «организационная культура» не существует, что приводит к необходимости систематизации толкований данного термина.

Целью проведенного исследования является обобщение теоретических положений и разработка практических рекомендаций по формированию и развитию организационной культуры предприятия.

Изложение основного материала исследования. Первые зарубежные исследования сущности организационной культуры начали проводить в 60-х гг. XX в. Отдельные ее элементы, а именно ценностная составляющая изучалась в 50-х гг. XX в. в США и Канаде. В 80-х гг. XX в. вопросы формирования организационной культуры и ее влияния на предприятие в целом были отнесены в разряд главнейших и наиболее изучаемых проблем менеджмента в США и странах Европы. В первую очередь, зарубежные ученые рассматривали понятие организационной культуры как социальное с точки зрения характеристики деятельности предприятия и членов его коллектива, методов их работы с клиентами и форм взаимоотношений.

Поскольку речь идет именно об организационной культуре, а не о каких-либо других видах культур, то, прежде всего, необходимо исследовать само понятие «организация», которое лежит в ее основе. Одним из наиболее распространенных определений «организации» является дефиниция ее как «объединения людей, реализующих определенную программу на основе установленных процедур и правил» [8, с. 107]. Именно такие правила ведения бизнеса, задекларированные в документах или установленные негласно, выступают частью организационной культуры предприятия. Ценности, убеждение и артефакты – иные существенные элементы организационной культуры определенного предприятия, которые выражают его внутриорганизационный духовный мир и внешнюю оболочку.

Исходя из этого организационную культуру понимают как: «систему отношений, действий и артефактов, которая выдерживает испытание временем и формирует у человека данного культурного сообщества довольно уникальную, общую для них психологию ... общность мышления и чувств, восприятия и оценок», а также как «систему личных и коллективных ценностей, принимаемых и разделяемых всеми членами организации; набор приемов и правил (решение проблемы внешней адаптации и внутренней интеграции рабочих), что оправдали себя в прошлом и подтвердили свою актуальность в настоящее время» [9, с. 105]. Тем не менее, это не единственные понятия «организационная культура», поданные отечественными учеными. По подсчетам Э. Капитонова, таких толкований больше 250 [4].

Объективные элементы организационной культуры, как правило, связывают с ее физическим, материальным проявлением в ближайшем окружении и окружающей среде, а субъективные с ее морально-этической, духовной составляющей (табл. 1).

Однако и объективные, и субъективные структурные элементы организационной культуры направлены в совокупности на формирование в сознании окружающих представления об имидже предприятия. В свою очередь, имидж предприятия существенно влияет на отношение к нему,

степень доверия к предприятию, к производимым им товарам [1, с. 87], поэтому является безусловным условием процветания предприятия или его упадка.

Таблица 1. Содержание организационной культуры предприятия *

Автор	Составляющие организационной культуры	
	Субъективные элементы	Объективные элементы
В. Веснин [1, с. 87]; О. Виханский, А. Наумов [2, с. 424-425]; Э. Шейн [5, с. 15]	Организационные ценности, философия организации, обряды и ритуалы, образы, легенды и мифы, обычаи и традиции, лозунги, нормы и стиль поведения, менталитет и имидж	Символика организации, товарная марка, товарный знак, оформление интерьеров, крашение стен, мебель, планирование помещений, стиль одежды и внешний вид работников
С. Гримблат, М. Воронов [3, с. 68-69]	Мировоззрение, ценности и нормы, убеждения и отношения, отношение к изменениям, ко времени как ресурсу	Отношение к стати и возрасту членов группы
О. Тихомирова [6, с. 14]	Ценности и знания организации, внутренние и внешние коммуникации и связи, цели организации, культура трудового, производ-ственного и других материальных процессов	-
Т. Соломанидина [5, с. 37]	Миссия, цели, ценности, культура труда, культура коммуникаций, удовлетворенность трудовой жизнедеятельностью, культура внешних взаимоотношений	Нормы и регламенты, имидж
Авторский подход	Ценности и принципы, философия предприятия, правила игры, тип мышления, поведенческие стереотипы, ментальные модели и лингвистические парадигмы, морально-психологический климат	Групповые нормы, существующий практический опыт

** составлено автором*

Основным элементом организационной культуры предприятия по праву считают ценности или же ценностные установки. Выработка основных ценностных ориентаций на основе установленной миссии предприятия

является базисом для дальнейшего определения норм, правил и принципов организационного поведения, направлений развития, планомерности и комплексности в изучении, незамедлительности в осуществлении.

Обработка полученных данных о сложившейся ценностной структуре организационной культуры предприятия опирается на ряд действий, нацеленных на, во-первых, группировку ценностей по уровню значимости для предприятия в целом, во-вторых, оценку данных элементов на предмет внутрифирменной противоречивости и противопоставления друг другу в ценностных структурах управляющих и управляемых работников, в-третьих, анализ соответствия доминирующих ценностей сложившемуся реальному внутриорганизационному поведению [8, с. 8] и, в-четвертых, ценностям, проявление которых превалирует во внешней окружающей культурной среде предприятия, что необходимо во избежание нарастания конфликтных ситуаций или возникновения новых.

С нашей точки зрения, организационная культура является довольно сложным социальным динамичным явлением в сфере управления персоналом не только в связи со сложившимся элементным составом, но и потому, что может выступать в качестве объединения нескольких субкультур, возникших на базе развитой организационной структуры, и несколько отличающихся по уровню силы своего проявления. «Сила культуры определяется глубиной ее проникновения, широтой распространения и уровнем охвата членов организации, ясностью провозглашенных ценностей и норм» [1, с. 84].

Сбалансированное и эффективное сосуществование всех субкультур, т.е. разнообразных проявлений личной культуры работников коллектива или в итоге всех групповых культур, функционирующих в структурных подразделениях (так называемых внутренних микроклиматов), может привести к возникновению определенного синергетического эффекта. При этом сумма индивидуальных результатов будет значительно превышать общий, а результативность и слаженность в работе всех элементов будет только способствовать этому.

Формирование организационной культуры предприятия, в широком смысле, достаточно сложный и длительный процесс вне зависимости от организованности или же стихийности происходящего, который должен характеризоваться всесторонностью и комплексностью изучения объекта исследования, системностью осуществления необходимых процедур, их регулярностью, срочностью и систематичностью проведения на протяжении всего периода исследования. В результате осуществленных мер, организационная культура характеризуется как сформированная, т.е. можно говорить о завершенности внедрения всех ее внешних атрибутов в социально-психологические, производственные процессы на предприятии, полном принятии ее основ и элементов на вооружение персоналом, что может занять достаточно продолжительный период времени и требовать

проведения дополнительных процедур.

В узком же понимании, формирование является отправной точкой развития организационной культуры предприятия, его первоначальным этапом и первостепенной задачей, во-первых, для присвоения предприятию определенных отличительных свойств, не связанных напрямую с производственным процессом, его технико-технологической стороной, в сравнении с другими субъектами хозяйствования, что позволяет повысить узнаваемость данного конкретного предприятия. Во-вторых – для достижения эффективного уровня организации управленческого и производственного труда, повышения его производительности, сплоченности команды, результативности деятельности предприятия в целом.

Формирование организационной культуры конкретного предприятия является неким базисом для постепенного перехода в качественно новое, улучшенное состояние с целью достижения поставленных задач, что следует рассматривать как процесс развития организационной культуры, который характеризуется получением определенных результатов положительного или отрицательного характера.

Положительные результаты процесса развития организационной культуры предприятия связаны, в первую очередь, с качественными изменениями организационного поведения и организационного развития в целом. Это и принятие новых правил организационного поведения, качественное улучшение системы ценностей и ценностных ориентаций персонала, соответствующих миссии предприятия, полностью отвечающих его философии развития.

Негативными результатами внесения изменений в организационную культуру, ее последующего развития на этой основе являются полное или частичное неприятие новых норм, правил, принципов организационного поведения, возникновение неформальных лидеров и культивирование старой системы ценностей, порой отрицательных или изживших себя. Это приводит к усилению процессов разобщенности в коллективе, уменьшению силы влияния руководителя на персонал, подрыву его авторитета, что отражается на системе социально-трудовых отношений и нередко влечет за собой увеличение текучести кадров.

В связи с этим, формирование и развитие организационной культуры предприятия напрямую зависит, во-первых, от знаний, умений, способностей и таланта руководителя, широты его полномочий, а, во-вторых, от уровня развития предприятия в целом, его потенциала и имеющихся возможностей для его реализации. Поскольку речь идет не только о материально-техническом и финансовом потенциале, но и об интеллектуальном.

Таким образом, формирование организационной культуры предприятия – это процесс установления определенной совокупности ценностей, норм, правил организационного поведения, а также образов и

внешних атрибутов проявления организационной культуры, оказывающих воздействие на регулирование системы социально-трудовых отношений на предприятии, их внедрения и закрепления, характеризующийся комплексностью и завершенностью действий. Развитие организационной культуры предприятия, напротив, – это продолжительный процесс изменения организационной культуры предприятия, связанный с переходом организационной культуры в качественно новое состояние и характеризующийся непрерывностью во времени, инновационностью и планомерностью действий.

Однако, как формирование, так и развитие организационной культуры предприятия нацелены на соответствие некоему эталону, разработанному или явному. Достижение поставленных задач во многом зависит от правильного формирования организационной культуры предприятия, которое должно основываться на результатах проведенной комплексной диагностики уже существующей организационной культуры или отдельных ее элементов, сформированной по большому счету стихийно, а при ее отсутствии – на анализе организационного климата на предприятии, его внутренней среды в целом.

Формирование организационной культуры предприятия подвержено влиянию первичных и вторичных факторов (рис. 1.).



Рис. 1. Система факторов влияния на организационную культуру предприятия и взаимосвязей между ними *

* составлено автором на основании [7; 10].

Исследование факторов влияния внешней среды функционирования является крайне важным для определения ключевых условий формирования организационной культуры предприятия, поскольку сила их воздействия интенсивно возрастает с течением времени в связи с функционированием субъектов хозяйствования на основе рыночных механизмов. Ужесточение конкурентной борьбы приводит к необходимости решения проблем адаптации предприятия, его персонала к внешним изменяющимся условиям хозяйствования, спрогнозировать ход событий которых становится практически невозможным. Поэтому успех деятельности предприятия зависит от быстроты внешней адаптации.

Таким образом, комплексное и правильное формирование организационной культуры предприятия, как проявления взаимоотношений во многом зависит от внутренних факторов воздействия. Само предприятие, будучи субъектом хозяйствования определенной отрасли, региона, страны, не может быть оторванным от внешней среды функционирования, а его организационная культура – от внешних условий ее формирования, факторов, влияющих на нее.

Для изучения влияния факторов внешней и внутренней среды на организационную культуру необходимо:

- выделить наиболее существенные факторы, которые влияют на организационную культуру. Их перечень будет определяться сферой деятельности предприятия, ситуацией на рынке, ее конкурентным положением, потенциалом и др.;

- определить степень влияния каждого фактора на организационную культуру экспертным путем через опрос руководителей, работников предприятий;

- проанализировать полученные результаты, определив факторы, оказывающие наибольшее влияние на организационную культуру, направления их влияния и возможности воздействия на них в целях совершенствования организационной культуры.

В процессе исследования мы предложили экспертам (в количестве 15 человек) оценить степень влияния двенадцати внешних и двенадцати внутренних факторов (табл. 2.). Оценка проводилась по девятибалльной шкале методом парных сравнений на основе многомерного шкалирования.

В целом более значительное влияние на организационную культуру предприятия оказывают факторы внутренней среды (75,1%). Среди них наиболее значимыми являются авторитет руководителя в коллективе (13,4 %) и стиль управления предприятием (10,5 %). Влияние авторитета руководителя на организационную культуру проявляется в том, что его основные убеждения, мировоззрение, идеалы передаются его сотрудникам и всей организации.

Кроме того, эксперты считают одинаковыми по значимости систему мотивации персонала и систему подбора кадров (по 7,6 %), которые используются предприятием для формирования и дальнейшего развития коллектива, как ключевого элемента, определяющего уровень развития организационной культуры и эффективность работы предприятия в целом. Формирование эффективной организационной культуры предприятия требует существенных расходов, обусловленных необходимостью финансирования мер по внедрению передового опыта управления предприятием, а также его материально-техническому обеспечению. Эксперты отметили важность расходов на развитие организационной культуры на уровне 7,5%.

Поскольку организационная культура определяется особенностями развития коллектива предприятия, достаточно большое значение имеют такие его характеристики как квалификационный уровень и постоянство состава (по 6,0%). Влияние уровня образования и квалификации работников на организационную культуру проявляется в том, какие ценности смогут воспринять работники, насколько возможно проявление творческого подхода и инициативности с их стороны, какие и в каком количестве необходимы мероприятия для обучения, ротации, повышения квалификации работников.

Уровень развития взаимоотношений внутри коллектива определяет успешность функционирования организационной культуры и может быть охарактеризован сплоченностью коллектива (5,2%) и сформированностью корпоративного типа мышления (4,4 %).

Наименее значимыми среди рассмотренных экспертами признаны факторы, характеризующие предприятие как хозяйствующий субъект: потенциал предприятия (2,7%), организационно-правовая форма (2,3%) и структура предприятия (1,8%). Так, для малых, средних и крупных предприятий могут различаться приоритетные цели (например, завоевание рынка, расширение, или удержание доли рынка). Своей спецификой обладают внешние и внутренние связи и отношения. Для крупных предприятий важное место занимает вопрос объединения персонала, иерархии управления, культурной адаптации новых работников и т.д.

Менее значимыми по сравнению с факторами внутренней среды, экспертами были признаны факторы внешней среды (24,9%), среди которых наибольшее влияние на организационную культуру оказывают общепринятые нормы профессиональной этики (4,9 %), поскольку они определяют стиль поведения работников предприятия в процессе осуществления служебных обязанностей.

Таблица 2. Степень влияния внешних и внутренних факторов на организационную культуру предприятия *

Внешние факторы		Внутренние факторы	
Наименования факторов	Удельный вес, %	Наименования факторов	Удельный вес, %
3. Кодексы профессиональной этики	4,9	6. Авторитет руководителя в коллективе	13,4
4. Национальная культура и менталитет	4,7	5. Стиль управления предприятием	10,5
6. Социальная сфера	2,8	11. Система мотивации персонала	7,6
12. Участие предприятия в международном сотрудничестве	2,8	7. Система подбора персонала	7,6
9. Деловые партнеры (поставщики, потребители, финансовые институты и др.)	1,8	12. Расходы на развитие организационной культуры	7,5
2. Научные достижения в области социологии и управления	1,8	8. Текучесть кадров предприятия	6,0
5. Экономическая обстановка	1,3	1. Квалификация персонала	6,0
10. Средства массовой информации	1,1	10. Сплоченность коллектива	5,2
1. Нормативно-правовые акты по регулированию трудовых взаимоотношений	1,1	9. Сформированность корпоративного типа мышления	4,4
8. Политическая ситуация	0,9	3. Потенциал предприятия	2,7
7. Инвестиционный климат в отрасли	0,9	4. Организационно-правовая форма	2,3
11. Государственное регулирование деятельности предприятия	0,7	2. Структура предприятия	1,8
Всего	24,9	Всего	75,1

* составлено автором на основании экспертных оценок

Влияние национальной культуры и менталитета (4,7%) на организационную культуру проявляется через сложившиеся в различных странах с разными национальными культурами определенные модели управления. Традиционно выделяют американский и японский стиль управления. Однако идеология управления отечественными предприятиями тоже имеет собственные характерные черты. Во многом на организационную культуру оказывает влияние доминирующая в данном географическом регионе религия и отношение к ней индивида.

Международное сотрудничество (2,8%) оказывает влияние на организационную культуру путем формирования общих направлений и тенденций развития предприятий (например, глобализация, информационная экономика), а также установления общечеловеческих ценностей.

Внутренняя политическая (0,9%), экономическая (1,3%), социальная (2,8%) ситуации определяют уровень жизни населения, специфику условий функционирования предприятий в стране. В рамках государственного управления определяются основные установки, сказывающиеся на экономической политике. Все это оказывает влияние на организационную культуру путем формирования ценностных ориентаций, определенной степени социальной защищенности работников, уровня социальной ответственности руководителя предприятия перед обществом.

Изменившийся характер научно-технического прогресса (1,8%) вынуждает предприятия смещать акцент в своей производственно-хозяйственной деятельности на применение наукоемких технологий. О низком уровне организационной культуры сегодня свидетельствует не только использование физически и морально устаревшего оборудования в производственном процессе, но и морально устаревших методов организации производства, управления персоналом (линейно-функциональные жесткие структуры управления, ограниченные обязанности отделов кадров и т.п.). Деловые партнеры (1,8%) по-разному влияют на организационную культуру. Особенности и специфика ведения бизнеса в современных условиях формируют новую культуру взаимоотношений с поставщиками сырья, материалов, оборудования, комплектующих, основанную на доверии, положительной репутации. Это связано с необходимостью точных и своевременных поставок в нужных для бесперебойного производства объемах. Законодательные акты (1,1%) прямо или косвенно регламентируют определенные положения организационной культуры. Например, в области требований к организации труда, обеспечению питания и мест отдыха, требований к внешнему виду, возможных санкций и поощрений и др. Положения организационной культуры должны быть законными.

Вывод. Результаты, полученные в ходе анализа факторов внешней и внутренней среды, могут быть использованы руководителями предприятий в процессе формирования организационной культуры с целью нивелирования

негативного влияния, усиления положительного воздействия факторов, что позволит создать культуру, наиболее соответствующую внутренней среде и внешним условиям.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Веснин В. Р. Основы менеджмента / В.Р. Веснин. – М.: ТД «Элит-2000», 2001. – 440 с.
2. Виханский О. С. Менеджмент: учеб. / О. С. Виханский, А. И. Наумов. – [3-е изд.]. – М.: Гардарики, 2003. – 528 с.
3. Гримблат С. Организационная культура и командная деятельность / С. Гримблат, М. Воронов // Персонал. – 2003. - №11. – С. 67-73.
4. Капитонов Э. А. Корпоративная культура: теория и практика / Капитонов Э. А., Зинченко Г. П., Капитонов А. Э. – М.: Издательство «Альфа-Пресс». 2005. – 352 с.
5. Соломанидина Т. О. Организационная культура компании: учеб. пособ. / Соломанидина Т. О. – [2-е изд., перераб. и доп]. – М.: Инфра-М, 2010. – 624 с.
6. Тихомирова О. Г. Организационная культура: формирование, развитие и оценка / Тихомирова О. Г. – С-Пб: Санкт-Петербургский государственный университет информационных технологий, механики и оптики, 2008. – 148 с.
7. Трубицына Н. О. Инновации и организационная культура на предприятии [Электронный ресурс] / Трубицына Н. О. // Режим доступа: <http://www.ekportal.ru/page-id-751.html>
8. Управление персоналом / [Черемисина С. Г., Федоркина М. С., Зиновьев И. Ф. и др.]; под ред. С. Г. Черемисиной. – Симферополь: Таврия, 2004. – 132 с.
9. Хачванкян В. В. Менеджмент персонала: учеб. пособ. / В. В. Хачванкян. – К.: Знання, 2005. – 422 с.
10. Шейн Э. Организационная культура и лидерство / Э. Шейн; [пер. с англ; под ред. В. А. Спивака]. – СПб: Питер, 2002. – 336 с.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМОВ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ РЕСТОРАННОГО ХОЗЯЙСТВА В УКРАИНЕ

СОКОЛЫ И.И.

*доктор экономических наук, профессор
Одесского национального политехнического университета
Одесса, Украина*

КРАВЧЕНКО О.М.,
аспирант

*Одесского национального политехнического университета
Одесса, Украина*

Abstract: *The mechanisms of direct and indirect state regulation by restaurants were defined. Problems of Ukrainian restaurants state regulation in part of business supporting, regions regulation public clustering program, the implementation of fiscal policy were investigated. The system of state statistical information by classifications features and restaurants taxation system were offered to improve. Using government clustering initiatives for restaurants sector as a part of touristic sector and recreation regions cluster was offered as a factor of efficiency increasing in restaurant state economy.*

Key words: *Government regulation, restaurant industry, mechanisms of state regulation, information maintaining, fiscal policy, clusters.*

Введение. Ресторанное хозяйство, далее РХ, это – вид экономической деятельности субъектов хозяйствования в сфере услуг по удовлетворению потребности потребителей в питании с организацией досуга или без него. Субъекты хозяйствования осуществляют деятельность в ресторанном хозяйстве через заведения РХ. Предприятие РХ является самостоятельным субъектом хозяйствования, представляет собой одно или несколько заведений, является юридическим лицом и осуществляет свою деятельность с целью получения прибыли [1; 2]. Ресторанное хозяйство включает деятельность предприятий разных организационно-правовых форм, имеющих целью получение прибыли, и предприятий изначально неприбыльных. Таким образом, заведения РХ делятся на заведения коммерческого типа, и заведения не коммерческого типа. Предприятия РХ коммерческого типа относят к ресторанному бизнесу, поскольку их основной целью являются получения прибыли [3].

Ресторанное хозяйство является составляющей социально-потребительского комплекса социальной инфраструктуры страны и входит в сферу услуг национальной экономики, которая призвана обеспечивать

материальные условия жизни населения [4]. Государство заинтересовано в повышении благосостояния населения, в т.ч. через развитие ресторанного хозяйства как инфраструктурного звена питания и отдыха населения, предпринимательской структуры, обеспечивающей занятость и доходы предпринимателей и нанятых работников, как источника получения поступлений в бюджет. Поэтому одной из функций государства является обеспечение на макроуровне условий для эффективной деятельности РХ и формирование механизмов его регулирования.

Постановка проблемы. Вопрос государственного регулирования ресторанного хозяйства на макро- и мезо- уровнях, создания и использования внутриотраслевых механизмов, учет рыночных законов при управлении ресторанным хозяйством остаются слабо рассмотренными и нуждаются в доработке. Прежде всего, это касается определения успешности существующей фискальной политики в ресторанном хозяйстве, кластерной регуляторной политики, учетной и информационной деятельности, региональных и национальных программ развития. Актуальность и недостаточная изученность данных вопросов обусловили выбор темы исследования.

Анализ последних исследований и публикаций. Эффективность ресторанного хозяйства рассматривается многими современными украинскими учеными. Наиболее известные из них А.А. Аветисова, В.А. Антонова, А.В. Борисова, А.А. Мазарак, В.В. Кривошей, Г.Т. Пятницкая, И.В. Скавронская, С.С. Ткачева, Т.В. Шталь, Л.А. Иванова, А.М. Музыка, А.В. Яшина, П.В. Круш, С.А. Тульчинская и др. [6; 7; 8]. Основные результаты их научных исследований касаются общих тенденций развития ресторанного хозяйства в Украине, решения проблем РХ на микроэкономическом уровне. Проблемам государственного регулирования в ресторанном хозяйстве страны практически не отводится научного внимания, хотя оно имеет существенное влияние на обеспечение эффективности данного вида экономической деятельности.

Целью исследования является определение механизмов государственного регулирования в ресторанном хозяйстве страны, оценка результативности действия этих механизмов, разработка направлений совершенствования механизмов государственного регулирования ресторанного хозяйства Украины.

Содержание исследования. Предпринимательская деятельность в ресторанном хозяйстве Украины часто убыточная. Количество заведений РХ уменьшилось с 1995 по 2014 гг. с 40,3 до 20,5 тыс. (в 1,97 раза), количество посадочных мест в заведениях РХ на 10 тыс. жителей сократилась с 548 до 324, удельный вес товарооборота РХ в ВВП страны в 2013 г. составил всего 1,67 % [5]. В результате государство теряет потенциальные поступления в бюджет, население все меньше питается и отдыхает в заведениях

ресторанного хозяйства, сокращается количество занятых, разрушается социальная инфраструктура территориальных единиц. Такая отрицательная тенденция развития РХ в Украине нуждается во вмешательстве со стороны государства.

Государственное регулирование экономики является частью хозяйственного механизма национальной экономики, который представляет собой: 1) процедуру, процесс влияния субъектов регулирования (рынка, корпораций, государства) на способ и характер действий всех субъектов экономической системы соответственно развитию их внутренней сути, целей, структуры и места в экономической иерархии; 2) совокупность основных форм и методов координации элементов и подсистем хозяйственного комплекса общества, а также использование экономических законов, решение разногласий экономической системы, реализацию базовых экономических отношений, а также развитие человека и согласование его интересов [4, с. 270].

Государство управляет, регулирует, координирует культурную, политическую, социальную, экологическую и экономическую сферы общественной системы страны для проведения единой социально-экономической политики. Ресторанное хозяйство как вид экономической деятельности входит в экономическую сферу страны, и прежде всего, регулируется рыночными механизмами спроса и предложения. Тем не менее, влияние государства на ресторанное хозяйство существенно, имеет конкретные формы и проявления (рис. 1).

Механизмы прямого государственного регулирования РХ базируются на властно-распорядительных отношениях, направленных на получение заданных результатов деятельности субъектов РХ. В структуру прямых механизмов входят: нормативно-правовое регулирование, государственная поддержка предпринимательской деятельности, социальная политика государства, контроль деятельности и санкции в случае несоблюдения норм и нормативов, программное регулирование.

Исследование механизмов прямого государственного регулирования РХ Украины позволило сделать следующие выводы:

- государство постоянно совершенствует нормативно-правовое обеспечение РХ, приближает его к уровню развитых стран;
- государственная поддержка предпринимательской деятельности в РХ нашла свое проявление в упрощении системы налогообложения (путем уменьшения количества налогов и сборов, внедрении единого налога, как альтернативы общей системы налогообложения), упрощении процедуры регистрации предприятий (создание/ликвидация). К сожалению, в существующих условиях экономического кризиса, Украина не имеет возможности использовать политику льготного кредитования вновь созданных и малых предприятий РХ. Информационное обеспечение, как

механизм государственной поддержки предпринимательской деятельности в области РХ, также слабо представлено в части сбора и обработки статистической информации касающейся ресторанного хозяйства, оценки эффективности его деятельности и перспектив развития. Официальная статистическая информация по ресторанному хозяйству одновременно представлена в информационной группе "Ресторанное хозяйство", а также в составе групп "Временное размещение и организация питания", "Розничная торговля".

Такое группирование не дает возможности осуществлять корректный анализ статистических данных по РХ, поэтому нуждается в совершенствовании. Кроме того, в Украине практически отсутствует информационное обеспечение консультационного характера для начинающих предпринимателей РХ, что является сдерживающим фактором развития бизнеса;

– социальная политика Украины, как и в большинстве стран мира, реализуется путем установления минимальной заработной платы и обязательных социальных платежей, но в Украине она недостаточно эффективна из-за распространенной практики уклонения от официального трудоустройства сотрудников заведений РХ и занижения их официальной заработной платы, искусственного дробления режима занятости;

– контроль деятельности и санкции в случае несоблюдения норм и нормативов в РХ осуществляют санитарно-эпидемическая, пожарная, налоговая, строительно-архитектурная службы и инспекции, которые часто не исполняют свои обязанности и допускают нарушение установленных правил, норм и нормативов посредством разнообразных преступных схем. Данный факт вызывает противоречивые предложения специалистов, государственных служащих, научных работников относительно прекращения деятельности этих служб в связи с их неэффективностью. Тем не менее, на наш взгляд, эти службы не только имеют право на существование, а обязательно должны остаться как инструменты государственного гарантирования безопасности РХ, но с ужесточением коррупционной ответственности;

– программы кластеризации это – один из инструментов стимулирования регионального развития страны, в том числе с использованием инициатив кластеризации РХ. Отсутствие в Украине нормативно-правовой базы создания кластеров делает невозможным разработку государственных программ кластерного развития экономики. Вследствие этого, в Украине существуют лишь отдельные примеры практического создания и существования кластеров. В основном отводится внимание туристическому и курортно-рекреационному кластерам. Исключением является Львовская область, в которой можно наблюдать

положительные результаты синергетического эффекта кластеризации туристической, гостиничной и ресторанной деятельности.

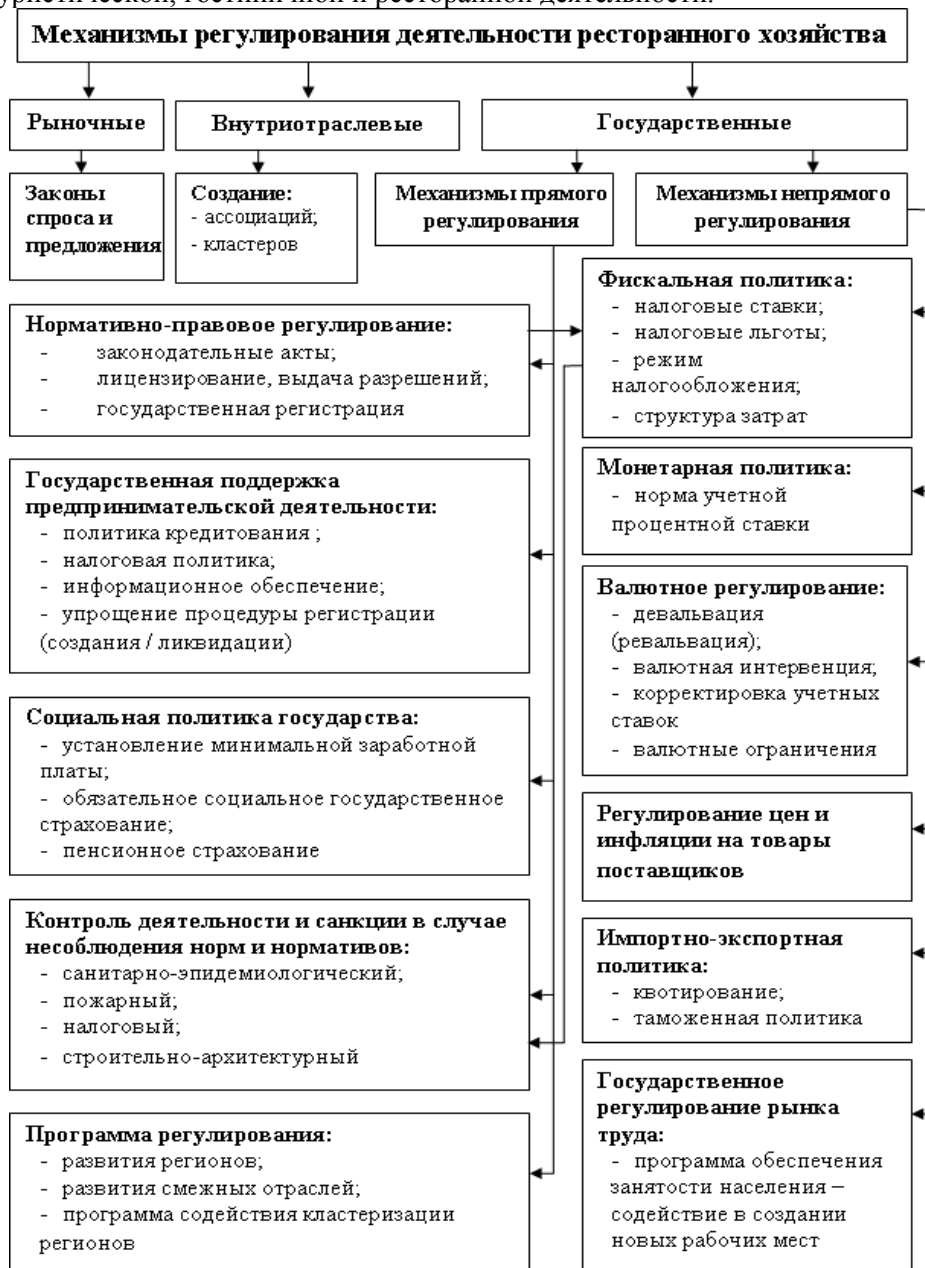


Рис. 1. Механизмы регулирования ресторанного хозяйства
(адаптировано автором к РХ по [9])

Непрямое регулирование экономики представляет собой влияние государства на хозяйственную деятельность посредством создания условий функционирования рыночного механизма с помощью правовых и экономических инструментов. Механизмы непрямого государственного регулирования влияют на уровень эффективности РХ путем реагирования субъектов хозяйствования на реализацию таких функций государства, как фискальная и монетарная.

Анализ основных механизмов непрямого регулирования в Украине позволил сделать следующие выводы:

– фискальная политика государства относительно субъектов РХ направлена на получение от них налоговых поступлений в бюджет. Основными элементами фискальной политики являются налоговые ставки, льготы, база налогообложения, режим налогообложения, структура расходов субъектов хозяйствования. В Украине предприятия ресторанного хозяйства могут платить налоги по упрощенной или общей системами налогообложения [10, с. 60]. Упрощенная система налогообложения (единый налог) была введена государством с целью поддержки малого бизнеса и предпринимательской деятельности. Тем не менее, создание возможности использования в ресторанном хозяйстве упрощенной и общей системы налогообложения привело к злоупотреблениям с целью снижения величины налогов. В Украине ставка единого налога одинакова для всех предприятий, находящихся на упрощенной системе налогообложения, чей оборот не превышает 1,5 млн. грн. в год, а численность нанятых работников не превышает 10 человек [11]. Такая система налогообложения стимулирует предпринимателей искать пути занижения реальных доходов, а также уравнивает между собой владельцев совсем мелкого бизнеса, например точки продажи хот-догов, и владельцев небольших ресторанчиков с годовым оборотом до 1,5 млн. грн., что не совсем справедливо. Наиболее распространенным методом уменьшения суммы налога и сокращения контроля Налоговой инспекции Украины является дробление средних предприятий РХ на несколько мелких. По нашим статистическим подсчетам, в 2013 г. на одного владельца предприятия РГ и члена его семьи в Украине было зарегистрировано 4,5 средних и малых предприятия, и до 7,5 микропредприятий. Искусственное дробление предприятий РХ позволяет их владельцам не превышать объем товарооборота и численность нанятого персонала, предусмотренный для плательщиков единого налога, уменьшать, таким образом, величину налоговых платежей. На 1 января 2014 г. около 50 % предприятий, осуществляющих розничную торговлю едой и напитками, было представлено предприятиями с количеством работающих до 5 человек, еще 19,5 % предприятий – с количеством нанятых 6 – 10 человек [12, с. 22]. За счет того, что в ресторанном хозяйстве практически невозможно учесть, какое количество товарной продукции произведено и продано, предприятия

всех видов хозяйствования РГ, кроме иностранных предприятий, занижают свой товарооборот до уровня, ниже точки безубыточности [12, с. 112]. Поэтому был сделан вывод о необходимости реформирования в Украине фискальной политики государства для РГ в части баз налогообложения, налоговых ставок, которые в настоящее время оказывают негативное содействие тенизации ресторанного хозяйства в результате использования единого налога для небольших предприятий;

– монетарная политика является общегосударственным механизмом контроля объема предложенных денег с целью установления ценовой стабильности, содействия экономическому росту, соблюдения низкого уровня безработицы населения. Монетарная политика государства косвенно влияет на деятельность РХ через возможность доступа к свободным деньгам, инфляционные колебания, и благосостояние населения. В 2008 г. перед началом мирового финансового кризиса банки Украины в больших объемах кредитовали физических и юридических лиц. Это способствовало активизации предпринимательской деятельности в РХ, повысило платежеспособный спрос населения на продукцию и услуги РХ. В настоящее время рост инфляции, подорожание кредитных ресурсов, снижение благосостояния населения отрицательно влияет на возможность развивать ресторанную деятельность и получать заданный уровень рентабельности. Ситуация может улучшиться лишь при условиях стабилизации экономики Украины, как среды функционирования субъектов РХ;

– валютное регулирование обеспечивает равновесие платежных балансов страны путем девальвации (ревальвации) национальной валюты, валютной интервенции; валютных ограничений. Приходится констатировать, что резкие колебания курса гривны, и как следствие – рост цен на все товары в Украине, отрицательно влияет на деятельность РХ. Даже некоторая стабилизация курсов валют в краткосрочном периоде не влияет на поведение производителей и потребителей, которые на фоне отрицательных инфляционных ожиданий очень осторожно расходуют средства;

– регулирование цен на товары поставщиков касается, главным образом, сдерживания роста цен на социально-ориентированные товары и товары монополистов, на деятельность РХ практически не влияет;

– импортно-экспортная политика Украины относительно продукции пищевой промышленности косвенно влияет на деятельность РХ лишь в части свободного импорта продукции пищевой промышленности из других стран, что, с одной стороны, повышает конкуренцию в агропромышленном комплексе Украины, с другой стороны, увеличивает возможности дифференциации снабжение сырья в РХ;

– государственное регулирование рынка труда проявляется в программах обеспечения занятости населения Украины, создания новых рабочих мест, борьбы с безработицей. Ресторанное хозяйство в Украине

обеспечивает трудоустройство женщин и молодежи в период обучения. В ресторанном хозяйстве Украины задействовано 47% молодежи в возрасте 15 – 35 лет [13, с. 363], при этом 48% работников не имеют полного или неполного высшего образования [13, с. 365]. Эффективность государственного регулирования рынка труда снижается в связи с нежеланием владельцев предприятий РХ официально оформлять всех работающих. Так владельцы ресторанного бизнеса сокращают расходы на обязательное социальное страхование и пенсионное обеспечение своих рабочих. Кроме того, тенденция сокращения количества заведений РХ в Украине уменьшает социальную эффективность данного вида экономической деятельности по количеству официально трудоустроенного населения.

По нашему мнению, в условиях кризиса экономики страны, в системе механизмов государственного регулирования РХ возможно усовершенствовать некоторые механизмы регулирования РХ с привлечением незначительных финансовых ресурсов. Для этого целесообразно повысить качество информационного обеспечения, усовершенствовать систему налогообложения, инициировать кластеризацию ресторанного хозяйства в составе рекреационно-туристических и агропромышленных кластеров перспективных для развития РХ регионов (рис. 2).

Качественное информационное обеспечение должно быть представлено на постоянно обновляемой единой специализированной информационной платформе Интернет-ресурсов по ресторанному хозяйству. В отдельные разделы должны быть выделены вопросы нормативно-правового регулирования, информация о развитии РХ в регионах и стране, справочная информация по ведению бизнеса и мероприятиям в сфере РХ.

Необходимо повысить качество сбора и обработки статистической информации в РХ путем выделения из консолидированных видов экономической деятельности информации о ресторанном хозяйстве в дополнительном пункте "в том числе". Статистическую информацию по стране и регионам с комментариями специалистов необходимо сделать более открытой и оперативной, работающей на развитие бизнеса и экономики страны.

Для того чтобы сделать систему налогообложения РХ Украине более результативной с точки зрения выполнения фискальной функции государства, по примеру использования систем налогообложения предприятий РХ в Болгарии и России [14;15], целесообразно за базу налогообложения предприятий РХ принимать количество посадочных мест, и (или) производственную площадь заведений. Ставки налогообложения на 1 посадочное место предприятий РХ, дифференцировать по типам и классам, по территориальному расположению заведений РХ, что позволит легко рассчитывать величину налога в ресторанном хозяйстве.

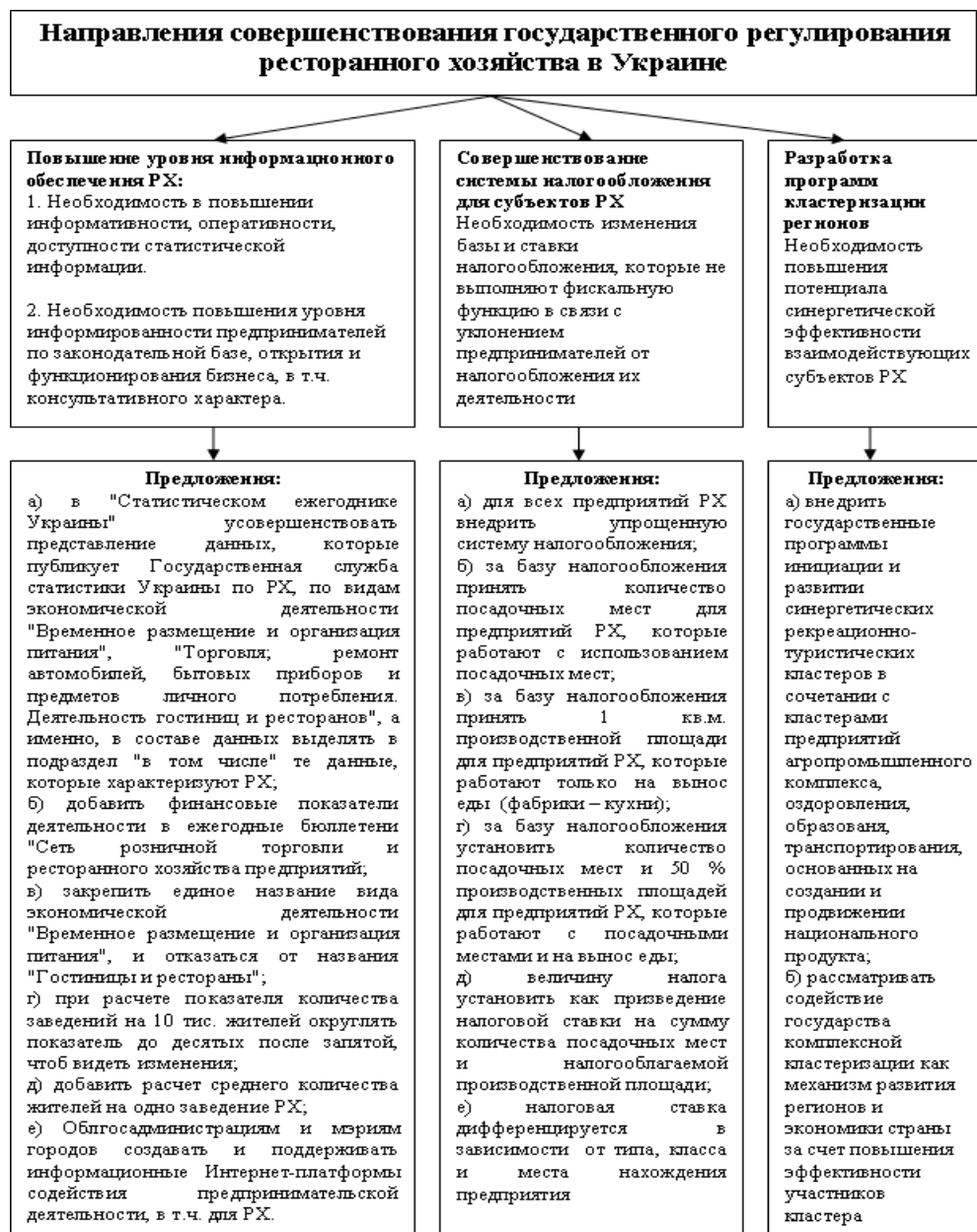


Рис. 2. Направления совершенствования государственного регулирования ресторанного хозяйства в Украине (авторская разработка)

Введение такой базы налогообложения для всех предприятий, оказывающих услуги организации питания независимо от размера товарооборота предприятия, будет способствовать процессу детенизации данного вида деятельности, увеличению объемов поступлений в бюджет страны, повышению информативности статистических данных. Вместо поиска путей сокрытия реальных доходов, предприниматели смогут сконцентрироваться на повышении эффективности работы своего заведения.

Выводы и предложения. Регулирование национальной экономики страны – неотъемлемая функция государства. Ресторанное хозяйство, являясь видом экономической деятельности сферы услуг национальной экономики, объединяет субъектов хозяйствования, которые становятся участниками взаимоотношений с государством в нормативно-правовом поле, в вопросах кредитной, налоговой политики, правил получения поддержки и помощи государства, обеспечения безопасности своей деятельности. Кроме того, государство создает макроэкономическую среду функционирования субъектов хозяйствования с использованием механизмов монетарной политики, валютного регулирования, регулирования рынка труда и пр. В связи с этим в статье были определены механизмы государственного регулирования деятельности ресторанного хозяйства в Украине, исследованы проблемы и разработаны направления совершенствования. Главное внимание уделено вопросам государственной поддержки предпринимательской деятельности в РХ в части информационного обеспечения, разработки программ государственных инициатив кластеризации ресторанного хозяйства во взаимодействии со смежными видами деятельности, усовершенствования системы налогообложения. Требуют дополнительных научных исследований проблемы недостаточного уровня государственной поддержки РХ в Украине посредством политики специального кредитования. Также целесообразной является разработка государственных механизмов обеспечения надежности контроля деятельности и санкций в случае несоблюдения санитарно-эпидемиологических, пожарных, налоговых, строительно-архитектурных норм.

ЛИТЕРАТУРА:

1. ДСТУ 3862-99: "Ресторанне господарство. Терміни та визначення". – Затверджено наказом Державного комітету України з питань технічного регулювання та споживчої політики від 29 жовтня 2003 р. № 185.
2. Sokoly I.I. Classification transformation in the food sector / I.I. Sokoly, O.M. Kravchenko // Економіка: реалії часу. — Одеса: СПД Побута М.І. — С.150 — 158. — [Електронне видання]. — Режим доступу: <http://economics.opu.ua/files/arhive/2014/n/2/html>

3. Столяренко О.М. Поняття та види закладів ресторанного господарства / О.М. Столяренко, Н.П. Щербельова // Вісник ЖДТУ. – 2011. — № 4 (58). — С. 146 — 149.
4. Національна економіка: Підручник / За ред. П.В. Круша. 3-тє вид. – К.: Каравела; Піча Ю.В., 2011. – 448 с.
5. Sokoly I.I. Development tendencies of Ukrainian Restaurant Industry / I.I. Sokoly, O.M. Kravchenko // Wirtschaft und Management: Theorie und Praxis: Sammelwerk der wissenschaftlichen Artikel. — Vol. 1. — Verlag SWG imex GmbH, Nurnberg, Deutschland, 2014. — 448 с. — С. 105 — 110.
6. Антонова В.А. Стратегическое развитие ресторанного бизнеса: теория и методология исследования: монография / В.А. Антонова. — Донецк: Дон. ГУЭТ им. М. Туган-Барановського, 2008. — 226 с.
7. Борисова О.В. Тенденції розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні / О.В. Борисова // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг: зб. наук. пр.: у 2-х ч. / Харк. держ. ун-т харчування та торгівлі; [редкол.: О.І. Черевко (відпов. рід.) та ін.]. — Харків, 2012. — Вип. 1(15), ч. 2. — С. 331 — 338.
8. П'ятницька Г. Інноваційний потенціал розвитку підприємств ресторанного господарства в Україні / Галіна П'ятницька, Олег Григоренко, Віталій Найдюк // Товари і ринки : Міжнародний науково-практичний журнал. – К.: КНТЕУ, 2013. – № 2 (16). – С. 29 – 44.
9. Стьопчкін А.І. Система державного регулювання розвитком національної економіки / А.І. Стьопчкін // Електронне науково-фахове видання "Ефективна економіка". — 2010. — №7. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1356
10. Цяцюк А.Л. Вплив системи оподаткування на порядок ведення обліку і складання звітності підприємствами ресторанного господарства / А.Л. Цяцюк // Облік, аналіз, аудит. — 2013. — №3. — С. 58 — 64.
11. Единый налог для предпринимателей (СПД, ФОП) в 2015 году. С 1 января 2015 вступают в силу новые изменения в Налоговый Кодекс Украины, касающиеся единого налога. – [Електронне видання]. – Режим доступу: <http://yrin.com/edinyj-nalog-dlya-predprinimatelej-spd-fop.htm>
12. Мережа роздрібної торгівлі та ресторанного господарства підприємств на 1 січня 2014 р.: Стат. бюл. — Державна служба статистики України, 2014. — [Електронне видання]. — Режим доступу: http://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/publtorg-u.html
13. Статистичний щорічник України за 2012 рік / Державна служба статистики України. — К.: ТОВ «Август Трейд», 2013. — 552 с.
14. Налоги в Болгарии. – [Електронне видання]. – Режим доступу: http://www.zagran.com.ua/bg_nalog/
15. Закон Российской Федерации N 148-ФЗ "О едином налоге на вмененный доход для определенных видов деятельности" от 31.07.1998. – [Електронне видання]. – Режим доступу: <http://normativ.kontur.ru/document?moduleId=1&documentId=61336>

ИННОВАЦИОННЫЕ МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

ПОЖУЕВА Т. А.

*кандидат экономических наук,
доцент кафедры менеджмента и финансов
ГВУЗ «Украинский государственный
химико-технологический университет»,
г. Днепропетровск, Украина*

Abstract: This article explores innovative methods of personnel management. The essence of the concept of " personnel management ". Explained the feasibility and specificity of innovation in employment of workers in each of the major subsystems of personnel management. Special attention was paid to the current issues as innovative tools for selection, training and self-development of personnel. The most advanced methods of personnel management in Ukraine.

Key words: Innovation, personnel management, personnel management system, management personnel planning, personnel development, motivating and encouraging of personnel

Постановка проблемы. Практически на всех успешно функционирующих предприятиях, независимо от их форм собственности и сферы деятельности, факторы, связанные с повышением квалификационного и образовательного уровня, потенциальная способность и стремление широкого круга работников принимать самостоятельные решения, интегрируются в мероприятия по использованию коллективных форм организации труда, а также гибких режимов работы.

Данная тема является актуальной, так как переход к инновационному управлению персоналом в настоящее время является общемировой тенденцией совершенствования процессов управления предприятием в условиях глубокой интеграции мирового рынка, высокотехнологичных производств, обострения конкурентной борьбы и повышения степени неопределенности внешней по отношению к предприятию среды.

Анализ последних исследований и публикаций. Теоретической основой исследования послужили идеи и концепции ученых по исследуемой проблеме: Граждана О.Б., Дудина М.Н., Лясникова Н.В., Короленко С.М., Судакова Ю.А., Костюка, А. Д. Продана И . О., Пучкова С. И., Симоненко Н.Н., Е.Ю. Старкова, Шапиро С.А. и др.

Выделение нерешенных ранее частей общей проблемы, перспективных радикальных инновационных разработок. На современном этапе происходит непрерывный процесс совершенствования, обновления и поиска новых идей и концепций в сфере работы с персоналом. Недостаточное

изучение вопросов инновационного управления трудовым потенциалом свидетельствует о неудовлетворенности потребности предприятия в персонале, что приводит к неэффективной деятельности субъекта хозяйствования. Данная статья раскрывает подходы к внедрению инноваций в каждой из подсистем управления персоналом.

Цель статьи: анализ инновационных методов управления персоналом на украинских предприятиях.

Главной целью работы является рассмотрение целесообразности и специфики внедрения инноваций в трудовую деятельность в каждой из основных подсистем управления персоналом.

Изложение основного материала. Система управления персоналом – одна из важнейших подсистем предприятия. Именно от эффективной системы управления трудовым потенциалом зависит общий результат деятельности предприятия. Ведь персонал – это главный рычаг запуска всего механизма работы субъекта хозяйствования. Если этот «рычаг» будет под качественным управлением, то и бизнес-процессы будут проходить слаженно. Но по мере того, как быстро меняются условия конкурентной среды, персонал требует все больше новых, инновационных методов и инструментов управления.

Можно точно сказать, что на любом предприятии отношения с персоналом являются одним из тех ключевых моментов, благодаря которым оно развивается. Поэтому роль управления персоналом на предприятии невозможно переоценить. Команда удачно подобранных и мотивированных профессионалов способна решить самые сложные задачи. И наоборот, апатичный коллектив, склонный к внутренним конфликтам и нездоровой конкуренции, приведет к провалу даже эффективный проект. Следует отметить, что управление персоналом – это комплексное, целенаправленное воздействие на коллективы и отдельных работников в направлении обеспечения оптимальных условий для творческого и инициативного труда для достижения цели предприятия [2].

Выделяют следующие задачи управления персонала: укомплектование штата предприятия в соответствии со стратегией развития в долго- и краткосрочной перспективе, а также в соответствии с производственными задачами, включая прогнозируемые финансовые показатели; налаживание системы подготовки руководящего состава; принятия адекватных мер по менеджерам, которые не справляются с поставленными задачами; ориентировка отдела управления персоналом на достижение конкретных производственных результатов.

Опираясь на эти цели, в Украине чаще всего используют следующие основные методы управления персоналом [6, с. 63]:

- экономические – приемы, с помощью которых осуществляется воздействие на работников посредством сравнения израсходованных

материальных и трудовых ресурсов и конечных результатов (например, заработная плата - от выработки);

- организационно-директивные – методы прямого воздействия, которые носят властный характер и основаны на документальном закреплении должностных обязанностей, дисциплине, принуждения, ответственности;

- психологические методы – мотивация, статусное поощрение, социальное планирование.

Следует отметить, что современные методы управления персоналом выделяют и развивают именно психологические методы управления. Но, в то же время, инновационные методы управления основаны на использовании индивидуальности каждого сотрудника, исходя их интеллекта и работоспособности. Устоявшиеся традиционные методы управления давно устарели, хотя в некоторых случаях без них обойтись невозможно.

Инновационной системой управления персоналом предприятия является такая гибкая система управления персоналом, которая учитывает и формирует потребность в них, а также способных разрабатывать, внедрять и широко использовать инновации. Из этого следует, что предпосылки для инновационного пути развития определяются, прежде всего, присутствием специалистов, способных генерировать инновационные идеи. Однако только в условиях развитой рыночной конкурентной среды могут быть реализованы все принципы инновационного развития и управления.

В инновационной системе управления трудовым потенциалом технологии управления персоналом, которые в наибольшей степени склонны к принятию инноваций, могут быть объединены в блоки, которые выполняют следующие функции:

- 1) подсистема планирования персонала: предполагает предварительную задачи построения системы инновационной деятельности, она выполняет функции разработки кадровой политики и стратегии управления персоналом, анализ кадрового потенциала, анализ рынка труда, организации планирования и прогнозирования потребности в персонале;

- 2) подсистема развития персонала: включает в себя всю образовательную деятельность как внутри, так и за пределами субъекта хозяйствования, направленную на профессиональное развитие сотрудников, на формирование у каждого работника знаний того, что и как они должны делать, чтобы инновации на предприятии были реализованы. В данной подсистеме реализуются обучение, переподготовка и повышение квалификации, назначение на должность и адаптация новых сотрудников, оценка кандидатов на вакантную должность, текущая периодическая оценка работников, реализация деловой карьеры и служебно-профессионального продвижения, организация работы с кадровым резервом;

3) подсистема мотивации и стимулирования персонала: выполняет функции управления мотивацией трудовой деятельности, нормирования и тарификации трудового процесса, разработки систем оплаты труда, разработки форм участия персонала в прибыли и капитале, разработка морального поощрения персонала, организации нормативно-методического обеспечения системы управления персоналом. Важнейшая роль в данной сфере, в первую очередь, принадлежит материальному стимулированию сотрудников, системе оплаты их труда и премирования [7, с. 85];

4) подсистема организации инновационной сферы деятельности персонала: реализует формирование взаимосвязей и распределение функций между работниками, занятыми инновационной деятельностью, предоставление прав и установление ответственности между ними. Кроме того она состоит в периодическом или непрерывном сравнении фактически полученных результатов инновационной деятельности с запланированными, и последующей их корректировке. Эта подсистема направлена на разработку особого инструментально-технологического знания о том, как на основе научных знаний необходимо действовать в заданных условиях, чтобы получилось то, что может или должно быть (инновационным проектом), то есть речь идет об организации инновационной деятельности на предприятии, использования передового зарубежного опыта, которые могут быть внедрены в инновационную деятельность.

На предприятии целесообразно развивать все подсистемы. Их отлаженная работа должна сформировать гибкую и эффективную систему управления персоналом. Но, учитывая изменчивость внешней среды, быстрое развитие технологий, а в связи с этим - обострение конкурентной борьбы предприятий, инновации являются главным фактором решения этих проблем.

Решающая роль инноваций в управлении персоналом заключается не только в направленности на изменение существующей практики, но и на формирование принципиально новой практики, более того, в постоянном генерировании иной практики.

Инновации в системе управления персоналом могут реализовываться в двух формах: с постепенным улучшением отдельных аспектов работы персонала (текущие) и в форме радикального, скачкообразного улучшения всей системы управления персоналом в целом (прорывные) [10, с. 52]. Постепенное развитие современных методов управления не связано с резкими изменениями результатов текущей деятельности и как правило не затрагивает структурных изменений на предприятии. В самом общем виде развитие данных методов можно представить как долгосрочное непрерывное совершенствование с привлечением максимального количества работников.

Прерывание внедрения инновационного управления персоналом, как правило, затрагивает не только аспекты трудовой деятельности работников, но и всю систему управления персоналом в целом. Основными причинами

кардинальных изменений на предприятии могут служить: существенное отставание от конкурентов, громоздкость управляемой системы, отсталость используемых технологий и т.д.

Радикальные инновации должны внедряться на основе процессного подхода, с помощью таких методов, как бенчмаркетинг, реинжиниринг процессов, анализ затрат, связанных с процессами, создания новых процессов и других инновационных подходов.

Рыночная экономика в числе многих видимых изменений приводит еще и к тому, что традиционно используемый метод «кнута и пряника» работает все менее эффективно. Возникает необходимость искать новые способы управления персоналом.

Инновационные методы управления персоналом все больше отходят от приоритетного использования материального стимулирования. Связано это с тем, что для осуществления инновационной деятельности важным является высокая квалификация, опыт, заинтересованность в получении результатов. Чем больше интеллектуальных функций и творческих задач в работе, выше квалификационные требования к работе, тем более весомым для стимулирования творческой активности становятся нематериальные стимулы [5, с. 265]. Общеизвестно, что обещанное вознаграждение помогает концентрировать механические усилия и добиваться успеха там, где сотрудник фокусирует внимание на конкретные цели. Но, если нужно найти нестандартное решение, обещанная награда приводит к обратному результату – производительность труда снижается.

Управление персоналом при решении задач, требующих использовать творческий подход, должно основываться на том, что в подобных случаях внутренняя мотивация сотрудника гораздо важнее, чем внешняя. «Прорыв» происходит прежде всего не за деньги, а потому, что человеку нравится это делать, ему это интересно, для него это часть какой-то более важной задачи.

Инновационные методы управления персоналом, таким образом, должны строиться на трех принципах: самостоятельность, профессионализм и целеустремленность. А это уже подразумевает другие отношения между руководителем и подчиненным. На сегодня возникает много новых методов и инструментов эффективного управления персоналом. Выделим наиболее перспективные для развития в Украине.

Что касается подсистемы планирования персонала, то самым эффективным подходом к управлению предприятием является реинжиниринг. Этот метод предусматривает радикальную перестройку (перепроектирование) бизнес-процессов предприятия для получения существенных эффектов. Его использование может способствовать повышению эффективности управления персоналом за счет совершенствования этого процесса, а также позволит повысить эффективность труда персонала предприятия (повысить ее производительность, качество и т.д.) [8, с. 393].

Достаточно результативным и приспособленным к отечественному рынку является метод аутсорсинга. Аутсорсинг кадровых процессов - это такая форма хозяйственных взаимоотношений, при которой работодатель передает часть функций по управлению персоналом специализированной организации, способной предоставлять высококачественные услуги, благодаря использованию современных новейших технологий управления персоналом и наличием в своем штате высококвалифицированных специалистов. Недостатком аутсорсинга является высокая стоимость некоторых услуг. А преимуществом, что он дает возможность снизить расходы на содержание соответствующих отделов [4, с. 144].

Подсистема развития персонала ввела новое понятие для современных предпринимателей – коучинг. Это метод инновационного развития персонала, обеспечивающего раскрытие потенциала работников, их самоорганизации, повышение производительной деятельности и профессиональный рост, которое будет способствовать формированию экономической политики управления персоналом и развития предприятия за счет качества персонала [3, с. 52]. То есть, это метод консультирования, который отходит от традиционных подходов наставничества, а сосредотачивает свое внимание на умение подвести человека к самостоятельному правильному решению.

Массовым и удобным становится метод дистанционного обучения E-learning. Его эффективность проявляется в передаче знаний большому количеству людей с помощью инновационных информационных технологий [9, с. 336].

Подсистема мотивации и стимулирования персонала включает в себя такой инновационный метод, как использование гибкого графика работы персонала. Сейчас данный подход получает широкое применение. Фиксированное время рабочей недели поддерживает устаревший менталитет. В то время как для эффективности производства от работника нужно требовать только результат, а не «отбывание» на рабочем месте в течение определенного времени.

В числе перспективных радикальных инновационных разработок в выделенных ранее блоках системы управления персоналом, можно назвать следующие проекты:

1) в подсистеме развития персонала:

- «Корпоративный университет» - это продуманная система обучения персонала компании, в рамках которой для достижения целей фирмы используются все традиционные формы бизнес-образования [1]. Кроме непосредственного обучения сотрудников в числе основных задач корпоративного университета - обобщение опыта и знаний, накопленных на предприятии;

- «Виртуальная школа» - внутренний портал на предприятии, благодаря которому любой сотрудник сможет в режиме онлайн знакомиться с лекциями специалистов в исследуемой области, учиться по дистанционным программам западных бизнес-школ (например, СоигБег), участвовать в дистанционных деловых играх и вебинарах;

2) в подсистеме мотивации и стимулирования персонала:

- «Карьерный портал» - Интернет-ресурс, представляющий собой профессиональное сообщество, интегрированное с социальными сетями. Любой пользователь, который оказался в социальных сетях, может попробовать себя в веб-тестах и веб-играх, размещенных на ресурсе, и стать потенциальным кандидатом на перспективные позиции на данном предприятии. Для разных категорий пользователей могут быть созданы информационные разделы, блоги, сообщества;

- «Социальная карта сотрудника» - программа немонетарной мотивации работников, в рамках которой у каждого сотрудника формируется виртуальный счет в социальном бюджете предприятия, на него выделяется определенный норматив средств, величина которого зависит от категории, должности работника и его достижений за отчетный период. В течение года работник может выбирать наиболее актуальные для него льготы с учетом заранее установленной дифференциации их стоимости и др.

Очень важно, чтобы руководители понимали, что цель подобных проектов - использование не инновации, а инновационного поведения работников - через его организацию, надлежащее стимулирование, использование передового опыта зарубежных компаний в этой области для того, чтобы в итоге была сформирована особая инновационная форма организационной культуры.

Следует учесть, что изменения системы управления персоналом могут вызвать конфликтные ситуации, связанные с сопротивлением работников, неприятием ими новшеств. Поэтому первым шагом должно быть объяснение эффективности и важности внедренных методов управления для достижения как целей предприятия, так и целей каждого отдельного работника.

Выводы и предложения. Функционирование предприятия всегда связано со многими факторами, но основным из них является управление персоналом. Эффективные принципы организации производства и оптимальные системы, а также их рычаги имеют большое влияние на формирование успеха предприятия. Но для достижения этого персонал предприятия должен обладать определенными качествами, а именно: знаниями, компетентностью, квалификацией, дисциплиной, креативными подходами, способностью решать проблемы различного рода, восприимчивостью к информации.

Система управления персоналом с позиции возможности повсеместного внедрения инноваций в трудовую деятельность позволяет сформулировать главную цель инновационной системы управления персоналом: обеспечение современной организации, постоянно генерирующими инновации во всех аспектах своей деятельности, их эффективное использование посредством создания условий для их внедрения, профессионального и социального развития персонала на благо самих работников, организации и общества.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Граждан О.Б. Інноваційні підходи до управління персоналом підприємства / О.Б. Граждан. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.slideshare.net/alegre380/ss-27864884>
2. Дудин М.Н. Інноваційна система управління персоналом на малих и середних підприємствах / М.Н. Дудин, Н.В. Лясников. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.creativeconomy.ru/articles/3033/>
3. Короленко С.М. Коучинг як інноваційний інструмент ефективного управління персоналом / С. М. Короленко, Р. В. Короленко, Ю. О. Судакова. // Економіка. Управління. Інновації. - 2013. - № 1. - С. 53-60
4. Костюк О.Д. Інноваційні інструменти управління персоналом / О.Д. Костюк // Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. Економічні науки. Полтава: ПДАА. – Вип. 1 (6). – Т. 1. - 2013. - С. 143-147
5. Мельникова К.В. Мотивація інноваційне активного персоналу підприємства/ К.В. Мельникова // Бізнес Інформ, – 2014. - № 4. - С. 262 – 266
6. Продан І.О. Становлення системи управління персоналом підприємства на інноваційних засадах / І.О. Продан // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. - 2013. - № 776. - С. 61-66.
7. Симоненко Н.Н. Управление стимулированием и мотивацией персонала организаций реального сектора экономики (монография) / Н.Н. Симоненко, В.Н. Симоненко, Е.Ю. Старкова // Международный журнал экспериментального образования. – 2013. - №5. – 128 с.
8. Третьяк О.П. Сучасні персонал-технології у системі управління персоналом на підприємстві / О.П. Третьяк // Науковий вісник НЛТУ України. – 2014. – Вип. 24.4. – С. 389-397
9. Фальштинська Ю. Дистанційне навчання – якісно новий спосіб отримання знань, умінь та навичок / Ю. Фальштинська // Smart-освіта: ресурси та перспективи : матеріали Міжнар. наук.-метод. конф. (Київ, 16–17 жовтня 2014 р.). – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. – С. 336-339
10. Шапиро С.А. Інноваційні підходи к процесу управління персоналом організації: монографія / С.А. Шапиро. - М.: РХТУ им Д.И. Менделеева, 2011 – 152 с.

МОДЕРНИЗАЦИЯ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО КОМПЛЕКСА УКРАИНЫ В УСЛОВИЯХ ЕВРОПЕЙСКОЙ ИНТЕГРАЦИИ И ГЛОБАЛИЗАЦИИ

КРИСАНОВ Д.Ф.,

*доктор экономических наук, профессор,
ведущий научный сотрудник Института
экономики и прогнозирования НАН Украины*

ВАРЧЕНКО О.М.,

*доктор экономических наук, профессор,
директор Научно-учебного института бизнеса и
экономики Белоцерковского
национального аграрного университета*

Abstract: *Progress trends and present state of production potential of agriculture and food industry are analysed in the article, the basic requirements implementation of which must be provided in the period of associative membership of Ukraine in European Union are exposed. Basic directions modernization of enterprises and industries of agrarian sector are grounded with the purpose of providing of their integration in «single normative space» of European Union taking into account the requirements of directives, technical regulations and standards, which are pulled out to the production, agrarian raw material and food products. The scenarios of modernization of enterprises are developed taking into account the present state, and also their investment possibilities and presence of technological innovations.*

Key words: *Agrarian sector of economy, production potential of enterprises and industries, modernization, eurointegration.*

Постановка проблемы. В сентябре 2014 г. Верховный Совет Украины ратифицировал Соглашение об ассоциации Украина-ЕС. В соответствии с ним Украина приняла на себя значительный круг обязательств [1], которые относительно продовольственного комплекса и перспективы его интеграции в европейскую экономическую среду (или «единое нормативное пространство») включают следующие основные составляющие: приведение (гармонизация) отечественной законодательно-нормативной базы в соответствии с действующей в Евросоюзе; создание углубленной и всеохватывающей зоны свободной торговли и в связи с этим открытие внутреннего рынка для продукции из стран-членов ЕС; отмена государственного субсидирования экспорта аграрной продукции; обеспечение соответствия продукции отечественного продовольственного

комплекса требованиям технических регламентов, европейских и мировых стандартов; реформирование национальной системы технического регулирования в соответствии с действующей в ЕС; приведение национальной системы стандартизации, сертификации, метрологии, аккредитации органов с оценки соответствия, государственного рыночного надзора в соответствие с требованиями нормативной базы и практики функционирования системы технического регулирования, функционирующей в Евросоюзе.

Решение застарелых и законсервированных проблем, а также поиск адекватных ответов на новые вызовы и угрозы ставит перед необходимостью кардинальной перестройки экономических отношений между сырьевыми и перерабатывающими предприятиями АПК, выведения аграрного сектора экономики на новый более высокий уровень функционирования, что связывается с модернизацией технико-технологической базы агропищевого производства. Это будет сопровождаться значительным повышением конкурентоспособности предприятий и производимых товаров, подъемом производительности труда, активным внедрением современных технологий и других инновационных разработок во все звенья продовольственной цепи за принципом «с поля (фермы) к столу потребителя» с целью обеспечения выпуска безопасной и высококачественной агропищевой продукции.

Состояние исследования. Проблемы перехода национальной экономики на инновационный путь развития привлекли к себе пристальное внимание со стороны государства во второй половине 1990-ых годов, когда происходило торможение экономического спада и начали возникать островки стабилизации, которые впоследствии дали положительный прирост показателей развития национального хозяйства. Однако уже тогда было достаточно хорошо известно, что на устаревшей материально-технической базе и ручных технологиях достичь прежних показателей производства ВВП (1990 г.) не удастся, а поэтому необходимо проводить модернизацию предприятий и отраслей. С этой целью в конце 1990-ых годов было принято полтора десятка законов Украины и постановлений Верховного Совета Украины, почти полсотни постановлений Кабинета Министров Украины, более 120 постановлений и распоряжений министерств и государственных служб, которые заложили фундамент правового поля относительно инновационных преобразований в национальной экономике. Однако введенная в действие законодательно-нормативная база не отличалась законченным характером, предусмотренные в ней преференции предприятиям практически никогда не предоставлялись, отсутствовал механизм публично-частного партнерства государства с инвесторами. Вследствие этого наметившуюся тенденцию в сфере инновационных преобразований и инновационной деятельности предприятий пищевой

промышленности и всей национальной экономики имеется достаточно оснований оценить как стагнационно-спадающую.

В связи с такой ситуацией в июне 2009 г. в Верховном Совете Украины были проведены Парламентские слушания на тему «Стратегия инновационного развития Украины на 2010-2020 годы в условиях глобализационных вызовов» [2], а Кабинетом Министров Украины была одобрена Концепция развития национальной инновационной системы [3]. Анализируя ситуацию в 2010-ые годы есть все основания для вывода о том, что реальных изменений в инновационной сфере продовольственного комплекса не произошло, процесс модернизации производственной базы у большинства предприятий практически не начинался. В основном имеет место поддержание в пригодном состоянии имеющегося производственного потенциала с целью максимального использования остаточных ресурсов действующих мощностей. Как временный вариант, поскольку большая часть пищевой продукции поступает на внутренний рынок, с этим можно согласиться. Однако стагнация должна смениться трансформацией в самом широком смысле этого понятия: структурной в отраслях продовольственного комплекса, инновационной в производственном потенциале субъектов хозяйствования, усилением и усложнением кооперационных и интеграционных процессов, а также расширением организационно-экономических связей и углублением хозяйственно-правовых отношений между сельскохозяйственными и перерабатывающими предприятиями.

Проблемы перехода на инновационный путь развития в теоретическом плане получили значительное развитие в начале 2000-ых годов, а потом имел место период стагнации. С выходом из экономического кризиса 2008-2009 годов, а также активизацией работ по подготовке проекта соглашения об ассоциации Украина-ЕС и возникающих в связи с этим изменений в структуре экспорта-импорта теоретические и практические наработки в инновационной сфере расширяются, активно изучается и обобщается отечественный и зарубежный опыт. Наиболее существенный вклад в развитие инновационной теории применительно к аграрному сектору экономики внесли такие ученые как С. Володин, А. Гальчинский, В.Геец, А. Даций, Н. Рогоза, А. Шпикуляк, И. Федун [4 - 9] и др. Однако постоянное усложнение нормативной базы Евросоюза в сфере безопасности и качества агропищевой продукции, приближение ввода в действие основных положений Соглашения об ассоциации Украина-ЕС (с 01.01.2016 г.) усиливает необходимость обеспечить выполнение ее требований предприятиями и отраслями продовольственного комплекса, включая процессы производства аграрного сырья, его переработку, выпуск конечной пищевой продукции, ее хранение и доставку потребителям. В связи с этим особую актуальность приобретают проблемы диагностики реальной ситуации в аграрном секторе экономики с точки зрения подготовленности к

производству агропищевой продукции, которая будет соответствовать требованиям европейских стандартов, и при отсутствии таких условий – разработка предложений по выходу предприятий на новый уровень функционирования.

Цель исследования. Анализ изменений, которые произошли в потенциале предприятий и отраслей продовольственного комплекса Украины со второй половины 2000-ых годов и на этой основе разработка и обоснование предложений, реализация которых обеспечит возможность вхождения предприятий аграрного сектора в европейскую однородную экономическую среду. Это найдет свое продолжение и практическую реализацию в беспрепятственном прохождении агропищевой продукции, которую производят предприятия АПК Украины, на продовольственные рынки Евросоюза.

Основные результаты исследования. С учетом особенностей формирования национальной статистики, отчетности предприятий, сложности сравнения результатов за разные периоды времени вследствие использования новых и устаревших форм годовых отчетов, а также тенденций развития продовольственного комплекса, наиболее предпочтительным представляется период, начиная с 2007 г. В указанном отчетном году пищевая промышленность продемонстрировала наилучшие результаты после нижней точки падения 1998-1999 гг. (соответственно 109,3% и 38%), а в сельском хозяйстве, наоборот – имело место очередное снижение производства (60,9%), но уже с этого момента начался его выход из стагнации. За 2006-2008 гг. по отраслям сельского хозяйства и пищевой промышленности был примерно одинаковый показатель изношенности основных средств (ОС): в диапазоне 49-44%. Но позднее произошло заметное их «возрастное омоложение» в агросырьевой сфере (до 35,4%) в сочетании с постепенным повышением по перерабатывающей сфере в исследуемом периоде: до 48,5%. Это требует соответствующих объяснений.

Необходимо подчеркнуть, что в структуре основных средств сельского хозяйства имеются две составляющие: аграрные предприятия и хозяйства населения (доля индивидуального сектора – 38-40%). Используемые ими ОС существенно различаются по структуре (активная и пассивная составляющие), «возрастному» показателю и степени изношенности. Отметим, что, как правило, субъекты предпринимательской деятельности с правом юридического лица ведут бухгалтерский учет, отслеживают изношенность и обновление основных средств, однако реальная практика вступает в противоречие с данными статистической отчетности. Исследования показывают, что в аграрных предприятиях порядка 80% имеющейся техники полностью отработало амортизационный ресурс, а количество списанных технических средств в 10-20 раз превышает

численность приобретаемых. Кроме того, уровень технической готовности во времена пиковых нагрузок (уборки урожая) не более 70-75% [10, с.88].

Но этому парадоксу есть объяснение. По мнению академика НААН Украины Б.И. Пасхавера [11, с.158], занижение реальных индексов инфляционного повышения цен (дефляторов) обусловило два принципиальных недостатка официальной статистики фондовой обеспеченности: завышенные индексы физического увеличения и заниженная (кроме транспортной отрасли) восстановительная стоимость. Другими словами: поскольку действующие основные средства не индексировались, то они имеют очень низкую стоимость и занимают малый удельный вес в структуре основного капитала, а поступающие новые основные фонды (техника, оборудование, вводимые в эксплуатацию постройки) имеют высокую стоимость и поэтому высокий удельный вес в фондовой структуре, но при минимальном износе. Вот поэтому имеют место указанные противоречия статистических показателей с реальной ситуацией.

Еще больше неопределенности с основными средствами, которые используются хозяйствами населения. Здесь более вероятен аналогичный подход: приобретаемые ими технические средства производства по достаточно высоким рыночным ценам сочетаются с устаревшими хозяйственными постройками с очень заниженной стоимостью, а потому основной капитал в стоимостном отношении увеличивается, а показатель изношенности – снижается. Таким образом, формируется «виртуальное улучшение» основного капитала (табл. 1), однако оно не имеет практического воплощения и продолжения. Не будет излишним отметить, что в сельском хозяйстве числится полностью проамортизированных основных средств на сумму более 6,5 млрд грн (4,3% от их общей стоимости) и еще большая часть основного капитала приближается к завершению использования своего производственного ресурса. Однако они имеют очень небольшой удельный вес в структуре средств аграрного производства.

Что же касается промышленности по производству пищевых продуктов, напитков и табачных изделий, то здесь ситуация, по нашему мнению, еще более сложная. Это результат неоднозначных и противоречивых тенденций развития предприятий разных видов экономической деятельности (табл.2).

Таблица 1. Основные средства производства и ресурсное обеспечение продовольственного комплекса Украины*

№ п/п	Показатели	Годы								2013 г. до 2007 г. = %, пп
		2006 (справо- чно)	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	
<i>А. Сельское и охотничье хозяйство и связанные с ними услуги:</i>										
1.	Стоимость основных средств**, млн грн	74274	77471	95880	103187	113388	117525	134258	151823	195,9
	- изношенность основных средств, %	49,0	46,1	44,0	39,4	40,7	37,4	34,2	35,4	-10,7
2.	Капитальные инвестиции, млн грн	7112	9388	16682	9295	11881	16704	19090	18640	198,6
3.	Прямые иностр. инвестиции, млн долл. США	404,3	557,3	613,3	671,4	680,4	730,7	736,3	728,8	+171,5
4.	Ввод в действие основных средств, млн грн	4883	6137	10175	7282	8062	12062	14991	14934	243,3
<i>Б. Производство пищевых продуктов, напитков и табачных изделий:</i>										
1.	Стоимость основных средств, млн грн	50263	62596	73536	82946	91985	96507	105624	116776	186,5
	- изношенность основных средств, %	48,4	45,6	44,8	44,0	45,7	46,4	47,2	48,5	+2,9
2.	Инвестиции в основной капитал, млн грн	8290	11830	13131	10458	7967	12235	13719	15275	129,1
3.	Прямые иностр. инвестиции, млн долл. США	1274,6	1564,0	1685,9	1924,3	1990,2	2221,9	3039,9	3287,2	+1723,2
4	Ввод в действие основных средств, млн грн	4845	7203	н/д	н/д	н/д	н/д	9004	9410	130,6
5.	Расходы на инновац. деятельность, млн грн	810,9	1729,3	1374,1	1015,0	608,9	933,1	1566,3	1700,7	98,3
6.	Инновационное обеспечение, единиц:									
	- приобретено новых технологий	76	113	134	114	84	76	113	92	81,4
	- внедрено новых технологических процессов	74	209	174	181	218	237	268	219	104,7
	- освоено новых видов техники									
	- освоено новых продуктов	8	3	2	5	14	35	5	9	300,0
	= из них новых для рынка	460	403	455	583	473	676	662	742	184,1
		н/д	85	98	104	71	77	71	100	117,6
<i>В. Справочно:</i>										
Индекс производства продукции (1990 = 100%):										
	- сельское хозяйство	65,1	60,9	71,3	70,0	68,9	82,6	79,0	89,4	+28,5
	- пищевая и табачная промышленность	101,7	109,3	107,0	100,6	103,8	102,9	101,0	94,9	-14,4

*Составлено и рассчитано по данным Госстата Украины за соответствующие годы.

** Включая основные средства хозяйства населения. Доля основных средств, закрепленных за сельскохозяйственными предприятиями во всем их объеме, находится в пределах 60-62%.

Таблица 2. Структурные трансформации в промышленности Украины по производству пищевых продуктов, напитков и табачных изделий*

Наименование показателей	Единица измерения	2001	2006	2010	2011	2012	2013	2013 к	
								2001	2010
1. Количество предприятий	<i>единиц</i>	9079	8379	6551	6559	5768	6407	70,6	97,8
2. Из них больших и средних	<i>единиц</i>	2398	2305	1358	1353	1278	1215	50,7	89,5
3. Стоимость основных средств	<i>млн грн</i>	21454	50263	91985	96507	105700	116776	5,5 п.б.	127,0
- износ основных средств	<i>%</i>	42,2	48,4	45,1	46,5	47,2	48,5	+6,3	+3,4
из них за разделами:									
а) 10. Производство пищевых продуктов	<i>млн грн</i>	16540	38286	66309	66913	74155	82552	5,0 п.б.	124,5
- износ основных средств	<i>%</i>	55,6	52,1	45,2	45,6	46,6	47,0	-8,6	+1,8
б) 11. Производство напитков	<i>млн грн</i>	4133	9744	22025	25540	27274	29132	7,0 п.б.	132,3
- износ основных средств	<i>%</i>	36,4	38,4	44,5	50,5	53,1	55,1	+18,7	+10,6
в) 12. Производство табачных изделий	<i>млн грн</i>	781	2233	3651	4054	4271	5092	6,5 п.б.	139,5
- износ основных средств	<i>%</i>	26,2	28,7	35,4	35,9	37,7	36,3	+10,1	+0,9
4. Численность штатных работников, в т.ч.:	<i>тыс. чел.</i>	548,5	566,7	417,9	425,7	415,2	402,4	73,4	96,4
- на больших и средних предприятиях	<i>тыс. чел.</i>	478,6	520,0	369,6	380,0	373,0	358,6	74,9	97,0
- на малых предприятиях	<i>тыс. чел.</i>	69,9	46,7	48,3	45,7	42,2	43,8	62,6	90,7

* Составлено и рассчитано по: Діяльність суб'єктів господарювання. Стат. збірник. 2013. – К. : ТОВ вид-во «Консультант», 2014. – С. 98; Діяльність суб'єктів великого, середнього, малого та мікропідприємництва. Стат. збірник. 2013. – К. : ТОВ вид-во «Консультант», 2014. – С. 141, 144, 147, 150.

Трансформации в пищевой промышленности происходили, с одной стороны, под воздействием разгосударствления общественной собственности с долговременными и противоречивыми последствиями, с другой, - под влиянием процессов интернационализации, глобализации и евроинтеграции, а с третьей, - в результате затяжного и непоследовательного проведения аграрной и земельной реформ в сельском хозяйстве, к которым причастны и предприятия пищевой промышленности, владевшие перерабатывающими мощностями. Самая низкая точка экономического спада была отмечена в конце 90-х годов, а уже с началом 2000-х годов сдвиги в производственном потенциале предприятий, отраслевой структуре аграрного сектора и его территориальной организации происходили в большей степени под воздействием внутренних разноплановых процессов, хотя нельзя отбрасывать и роль внешних: глобализации в распространении демографических, миграционных, инвестиционно-инновационных и других процессов; интернационализации экономических отношений и торговых связей и др. Анализ основных составляющих потенциала перерабатывающих предприятий – структуры производителей, характеристик основных средств, занятости работников, обеспеченности сырьем и т.п. – позволяет сделать ряд важных выводов, в частности:

- наращивание стоимостных показателей основных средств при стабильности показателей коэффициента их изношенности со второй половины 2000-х годов свидетельствует об отсутствии позитивных сдвигов – воспроизводственные процессы погашаются в основном плановым износом, что свидетельствует о «технологической законсервированности» перерабатывающих мощностей;
- двукратное уменьшение в структуре пищевой промышленности количества больших и средних предприятий убедительно свидетельствует о тенденциях территориальной концентрации и оптимизации ее сети, а также адаптации к рыночным условиям ведения хозяйства. Эту тенденцию имеет смысл оценивать как «концентрацию пище-перерабатывающего производства» за счет поглощения, объединения и присоединения средних и малых предприятий, которые оказались в сырьевой зоне больших или же не смогли выдержать конкуренцию с их стороны;
- расширение круга больших предпринимательских структур является также результатом распространения процессов агрохолдинга, когда сельскохозяйственные предприятия на разных правах и условиях входят в состав аграрных холдингов, в которых интегратором выступают пище-перерабатывающие мощности – здесь продолжается перерабатывание

продовольственного сырья и выпуск пищевой продукции. В случаях потери юридической самостоятельности все ресурсы (основные средства, рабочая сила, финансы) агропроизводителя включаются в состав агрохолдинга. Однако отмеченная тенденция не может оцениваться однозначно: преимущественно положительно для перспективного развития субъектов хозяйствования и в основном в негативном контексте относительно развития сельской местности, откуда преимущественно и поступает аграрное сырье на переработку;

- подавляющее большинство занятых в пищевой промышленности (в пределах 60%) находятся в правовых отношениях со средними предприятиями, которые в общей структуре насчитывают каждое пятое-шестое из них. При возникновении сложных экономических условий средние предприятия или же переходят под «патронат» больших или же «расщепляются» на ряд малых, которые выполняют отдельные этапы производственного процесса, его вспомогательные и обслуживающие функции. Это проводится с целью избежания финансового или технологического банкротства, списания налоговой и другой задолженности, а также получения льгот, как вновь созданным малым субъектам ведения хозяйства. Фактически в таких сложных экономических условиях проходит «выживание» средних предприятий, но с определенными изменениями в численности – каждое седьмое-восьмое из них, в основном, навсегда покинуло эту группу за последние четыре года (2010-2013);
- уменьшение почти на четверть численности работников пищевой промышленности при росте стоимости основных средств в 5,5 раза, и учитывая двукратный рост индекса производства продукции за исследуемый период (с 52,1% до 106,9%) свидетельствует об определенном росте производительности труда, однако при значительном повышении фондоемкости пищевых продуктов. Поскольку во втором периоде (2010-2013 гг.), по сравнению с предыдущим (до 2010 г.), наблюдались низкие темпы изменений (прироста в базовых показателях), то необходимо признать, что роль их количественной составляющей заметно сужается, но пока еще очень медленно замещается качественной (внедрением технологических инноваций, разработкой, внедрением и сертификацией функциональных систем менеджмента, повышением квалификации работников, поступлениями на переработку безопасного и качественного сырья);
- уровень инновационного и инвестиционного обеспечения на протяжении всего периода низкий и очень низкий, а его индикатор

- доля инновационной продукции в структуре отгруженных промышленных изделий потребителям - характеризуется нисходящей тенденцией, имеет очень мизерное значение и практически не влияет на общие объемы производства пищевой продукции и показатели ее безопасности и качества;
- заметную роль инновационный фактор играет лишь в деятельности трех-четырёх десятков предприятий пищевой промышленности, которые к тому же преимущественно с иностранным капиталом, а их основной отличительной характеристикой является использование современных заграничных технологических инноваций и т. п.

Вместе с тем с конца 1980-ых годов в Европейском Союзе, с начала 1990-ых – в постсоциалистических европейских странах, а с конца 1990-ых – непосредственно в Украине были начаты работы по созданию европейской и национальных систем технического регулирования, функционирование которых бы полностью гарантировало обеспечение запросов потребителей в безопасной и качественной агропищевой продукции. Не касаясь всех обстоятельств реализации указанных начинаний отметим, что в Европе уже перешли на новую модель технического регулирования и это обеспечило беспрепятственное прохождение между странами-членами ЕС рабочей силы, товаров, услуг, инвестиций, информации. Период ассоциативного членства в Евросоюзе постсоциалистических европейских стран был использован ими для гармонизации и адаптации национальных систем технического регулирования (НСТР) с моделью, которая уже функционировала в ЕС. Вследствие этого территориальные границы «единого нормативного пространства» (или «однородной экономической среды») существенно расширились, а новым странам, изъявившим желание стать членами Евросоюза, одним из ключевых условий ставилась задача обеспечить гармонизацию и либерализацию экономических систем на основании принципов и подходов, на которых сформированы и функционируют системы технического регулирования.

В этой связи, по нашему мнению, степень продвижения продовольственного комплекса Украины по пути, который приведет его к вхождению в «единое нормативное пространство» Евросоюза, и должно служить ориентиром для проведения технико-технологической модернизации предприятий на инновационной основе. Основная доминанта, квинт-эссенция или конечная цель проведения модернизации – выведение производства на новый уровень, который будет гарантировать поставку предприятиями продовольственного комплекса Украины безопасной и высококачественной агропищевой продукции на продовольственные рынки, включая рынки Евросоюза. В качестве индикатора безопасности и качества агропищевой

продукции в ЕС выступают результаты ее независимой сертификации или же внедрение и функционирование на предприятиях сертифицированных в международных центрах сертификации функциональных систем менеджмента (безопасности, качества, безопасности для окружающей среды). Поэтому в соответствии с устоявшейся практикой и для продовольственного комплекса Украины также могут быть приняты условия и показатели, которые будут свидетельствовать о его адаптации к требованиям, принятыми в ЕС. По нашему мнению, это будет набор следующих предварительных условий и соответствующего индикатора:

а) **необходимое условие** - гармонизация национальной системы технического регулирования для продовольственного комплекса с требованиями директив, действующих стандартов и технических регламентов Евросоюза;

б) **достаточное условие** – внедрение нормативных требований в практическую деятельность предприятий сельского хозяйства и пищевой промышленности. Поскольку внедрение в производство требований действующих стандартов является делом добровольным, а технических регламентов (ТР) – обязательным условием, а также принимая во внимание отсутствие в Украине вообще ТР на пищевую продукцию, то за интегральный показатель логично принять долю предприятий продовольственного комплекса, которые имеют сертифицированные функциональные системы;

в) **индикатор продвижения** по избранному направлению - распространенность систем управления качеством, безопасностью, экологического управления в национальной экономике, а прежде всего – в продовольственном комплексе - и будет выступать показателем адаптации ее (его) к требованиям европейских стандартов, а также, с определенными оговорками, будет раскрывать степень гармонизации национальной системы технического регулирования из соответствующей моделью, которая сформирована и функционирует в странах-членах Евросоюза.

Результаты усилий, которые принимались с конца 1990-ых годов по гармонизации нормативной базы, сложности и проблемы продвижения по пути формирования национальной системы технического регулирования, адаптированной к требованиям Кодекса Алиментариус, директив и технических регламентов Евросоюза довольно обстоятельно раскрыты в коллективной монографии Института экономики и прогнозирования НАН Украины [12, с.351 - 386] и поэтому нет необходимости их пересказывать. Вместе с тем, что касается продвижения продовольственного комплекса Украины по пути вхождения в «однородную экономическую среду»/«единый нормативный простор» Европейского Союза, то этот вопрос требует более детального рассмотрения. Основной индикатор – распространенность функциональных систем менеджмента (СМ) в продовольственном комплексе Украины – имеет следующие количественные параметры [13, с. 171 - 173]:

- **ISO серии 9000** (последняя украинская версия ДСТУ ISO 9001 : 2009) – серия международных стандартов, в которых систематизированные требования к системам менеджмента качества организаций и предприятий (системы управления качеством). Внедрено (и сертифицировано) и в стадии разработки (и внедрения) соответственно насчитывается 385 и 29 систем;

- **ISO серии 14000** (ДСТУ ISO 14001-97) – системы экологического менеджмента (системы управления безопасностью окружающей среды). Внедрено (и сертифицировано) и в стадии разработки (и внедрения) соответственно насчитывается 12 и 7 систем;

- **НАССР (ДСТУ 4161-2003)** – анализ опасных факторов и критические точки контроля (системы управления безопасностью пищевых продуктов. Требования). Внедрено (и сертифицировано) и в стадии разработки (и внедрения) соответственно насчитывается 202 и 60 систем;

- **ISO 22000 : 2005** (ДСТУ ISO 22000: 2007) – системы управления безопасностью пищевых продуктов. Требования к любым организациям пищевой цепи. Внедрено (и сертифицировано) и в стадии разработки (и внедрения) соответственно насчитывается 278 и 66 систем.

В целом же функциональные СМ сертифицированы на 574 (по одной системе – на 317, по две – на 217, по три – на 40) предприятиях, а в стадии разработки и внедрения - на 97 (в совокупности они на 671 субъекте хозяйствования). Отметим, что за оценками отечественных специалистов, в Украине реально функционирует лишь около 20% СМ, то есть их внедрение носит в большей степени формальный характер [14, с. 7]. За 2013 г. по пищевой промышленности отчитались 6407 субъектов хозяйствования [15, с. 143, 150], из них больших предприятий 89 (средняя численность 1308 работников) и средних 1126 (средняя численность 215 работников) предприятий (всего 1215). Следовательно, оставшиеся 45% из них - это группа потенциальных кандидатов для внедрения функциональных СМ.

Более углубленный анализ свидетельствует о том, что по направлениям **12.Производство табачных изделий** и **11.Производство напитков**, которые объединяют соответственно 6 и 170 больших и средних предприятий, практически все они имеют сертифицированные функциональные СМ, а потому перспективы их дальнейшего развития обусловлены двумя основными исходными условиями: какой орган сертифицировал СМ (международный или национальный) и с каким они капиталом (зарубежным или отечественным). Причем, очень высокий коэффициент износа предприятий по выпуску напитков (более 55%), по нашему мнению, свидетельствует о том, что их разделение происходит по линии собственности: с зарубежным (используются современные технологии) или отечественным капиталом (представлены в основном традиционные и устаревшие технологии).

Значительно более сложная ситуация по направлению **10. Производство пищевых продуктов** – оно объединяет примерно 1,05 тис.

больших и средних предприятий, практически половина из которых имеют сертифицированные функциональные СМ, а оставшаяся – производит продукцию по устаревшим технологиям и без каких-либо перспектив улучшения и развития. Это наиболее проблемный сегмент производителей и он требует более глубокой и обоснованной проработки предложений, включая их разделение за отдельными секторами.

В теоретическом отношении системно-управленческий потенциал функциональных СМ – симбиоз современных технологий переработки сырья, совершенной профессиональной подготовки технологического персонала и реализации ими на производстве передовых методов менеджмента, построенных на принципах и требованиях к безопасности пищевых продуктов и окружающей среды, которые выписаны в директивах, технических регламентах и стандартах Европейского Союза. Наличие функциональных систем менеджмента, но при обязательном условии – их сертификации в международных центрах сертификации, является пропуском пище-перерабатывающих предприятий Украины в однородную экономическую среду ЕС. Но на практике оно реализуется преимущественно путем перемещения без дополнительных испытаний отечественной агропищевой продукции на европейские продовольственные рынки.

Вместе с тем необходимо более аргументировано объяснить, почему акцентируется внимание именно на внедрении СМ? Подчеркнем еще раз, что в нынешних условиях специфическим объективным и интегральным индикатором использования основных положений, требований и предостережений, которые сфокусированы в действующих национальных стандартах, при производстве агропищевой продукции выступает разработка, внедрение и сертификация систем управления качества и безопасности на предприятиях продовольственного комплекса. Особо отметим, что в странах-членах Европейского Союза техническое регулирование базируется на Новом и Глобальном подходах, которые в совокупности сформировали «единое нормативное пространство», и потому соблюдение производителями их принципов и процедур гарантирует поступление на рынки безопасной и качественной продукции. Гарантия потому, что для сертификации функциональных СМ предприятиями привлекаются международные центры сертификации (МЦС). Сертификат на СМ - это знак качества, получив который производитель прикладывает максимум усилий для того, чтобы сделать невозможным нарушение нормативных требований. Но поскольку в Украине одна часть СМ сертифицирована МЦС, а вторая – национальными (НЦС), то, в случае экспорта за границу, такая продукция должна пройти повторную сертификацию. Как правило, формальное внедрение СМ и происходит с использованием процедур их сертификации НЦС. МЦС к процедурам легализации функциональных СМ относятся более ответственно, оплату

выставляют более высокую и потому стремятся не допустить случаев, чтобы их имидж использовался для продвижения продукции, не отвечающей соответствующим требованиям.

Принимая во внимание вышеуказанные принципиальные соображения и методические подходы, раскроем через призму подготовленности (или возможности и целесообразности подготовиться) к вхождению в европейскую экономическую среду предприятий продовольственного комплекса Украины. По нашему мнению, здесь две основных группы предприятий: из сертифицированными функциональными системами менеджмента (первая) и без них (вторая). Для первой группы предпочтительными будут следующие стратегии перспективного развития с целью закрепления или вхождения в продовольственные рынки Евросоюза:

1) сохранения, закрепления, обогащения и расширения географии позитивного имиджа производителя безопасной и качественной агропищевой продукции, что подтверждается сертификатом на систему функционального менеджмента, выданного одним из международных центров сертификации;

2) модернизация производства на основании внедрения современных технологий переработки аграрного сырья, повышения профессиональной подготовки технологического персонала и выпуска пищевой продукции, которая отвечает требованиям безопасности и качества, закрепленными в европейских и международных стандартах, на предприятиях с системами менеджмента, на которые выданы сертификаты одним из национальных центрах сертификации, с целью их выведения на высший уровень совершенства и с легализацией (т.е., сертификацией) функциональных СМ в международных центрах сертификации.

Более сложный комплекс задач предстоит разрешить предприятиям, которые до этого времени не смогли или не захотели внедрить функциональные системы менеджмента. Для предприятий, вошедших во вторую группу, по нашему мнению, самыми целесообразными и дифференцированными соответственно технико-технологическому состоянию будут следующие стратегии вхождения в экономическую среду Евросоюза или же продолжения ориентации на внутренние продовольственные рынки:

3) одернизация производственных мощностей на базе использования современных технологических инноваций, повышения и усовершенствования квалификации технологического персонала предприятий, разработки и внедрения систем менеджмента разного функционального назначения с последующей их легализацией в международных центрах сертификации;

4) поддержания действующего производства с целью использования остаточного потенциала перерабатывающих мощностей с ориентацией на реализацию выпускаемой продукции на внутренних

продовольственных рынки в переходном периоде (к моменту отработки эксплуатационного ресурса и при условии реализации на локальных рынках);

5) остановка и демонтаж производственных мощностей как результат нецелесообразности их модернизации по техническим, ресурсным и/или экономическим причинам;

6) использования земельных участков, на которых размещаются отработавшие эксплуатационный ресурс перерабатывающие мощности, в качестве строительной площадки для размещения новых предприятий пищевой промышленности, где используются технологические инновации.

Необходимо подчеркнуть, что в настоящее время Министерство аграрной политики и продовольствия Украины разрабатывает «Единую комплексную стратегию развития сельского хозяйства и сельских территорий на 2015-2020 годы» [16]. Ее основная цель – повышение конкурентоспособности сельского хозяйства и содействие развитию сельских территорий на стабильной основе в соответствии со стандартами ЕС и международными стандартами.

В указанной Стратегии предусмотрен раздел 3. Факторы производства в агропромышленном комплексе, который включает подраздел 3.3. Обновление и модернизация производственных и перерабатывающих мощностей. В нем отмечается, что проблемой перерабатывающих отраслей являются недостаточные производственные мощности. Поэтому часто выращенную в сельском хозяйстве продукцию невозможно переработать. Значительные потери есть и в процессе переработки, поскольку оборудование многих предприятий обветшалое и несовершенное. Большие потери и во время транспортировки и хранения. В целом только 60% выработанной сельскохозяйственной продукции поступает к потребителю. Таким образом, одной из важнейших и сложнейших задач на последующее пятилетие как раз и является проведение инновационной модернизации технико-технологической базы предприятий пищевой промышленности. Широта охвата и глубина ее решения во многом будет зависеть от сочетания и наличия таких факторов, как инвестиционные возможности субъектов хозяйствования, наличие банка современных инноваций (процессовых, продуктовых, обрабатывающих, организационных, маркетинговых, транспортно-логистических, информационно-программных, ERP (от англ. - enterprise resource planning – планирование ресурсов предприятия в режиме реального времени) и т.п.), реальная поддержка государства с использованием принципов государственно-частного партнерства, использование механизмов лизинга и прямых компенсаций за приобретаемое технологическое оборудование и др.

Выводы. Подписание Соглашения об ассоциации Украина-ЕС поставило аграрный сектор экономики перед чередой новых вызовов и

комплексом сложных проблем, которые необходимо решить с целью выхода на новый уровень функционирования. Основная доминанта – производство агропищевой продукции в соответствии с требованиями европейских стандартов относительно ее безопасности и качества. Решение этой проблемы связано с с гармонизацией национальной системы технического регулирования с европейской и созданием государственного рыночного надзора за выполнением нормативных требований, которые предъявляются к продовольственной продукции. Что же касается предприятий продовольственного комплекса, то среди сельскохозяйственных лишь единицы имеют сертифицированные системы менеджмента различного функционального назначения, а в пищевой промышленности практически все большие и почти половина средних предприятий ими обеспечены. Меньшая часть из них сертифицирована в международных центрах сертификации, а большая – легализована в национальных. Однако просвещенный потребитель испытывает доверие к пищевой продукции дифференцированно и избирательно: в меньшей мере, которая изготовлена согласно технических условий, в наибольшей – на которой размещена информация о том, что предприятие имеет систему менеджмента безопасности и/или качества и она сертифицирована в международном центре сертификации. Таким образом, магистральный путь развития предприятий продовольственного комплекса заключается в инновационной модернизации их технико-технологической базы, внедрении функциональных систем менеджмента в соответствии с требованиями европейских и международных стандартов, что позволит беспрепятственно продвигать агропищевую продукцию на продовольственные рынки Евросоюза.

С этой целью разработаны и обоснованы модели перспективного развития предприятий пищевой промышленности в зависимости от состояния их технико-технологической базы, уровня квалификации технологического персонала, наличия и доступности технологических и других инноваций, возможности участия государственных институтов в государственно-частном партнерстве и т.п.

ЛИТЕРАТУРА:

1. ЕС – Україна: поглиблена та всеохоплююча зона вільної торгівлі [Електронний ресурс]. – Доступний с: <[obl 4str.ai - dcfta guidebook web.pdf](http://obl4str.ai-dcfta.guidebook.web.pdf)>.
2. Стратегія інноваційного розвитку України на 2010-2020 роки в умовах глобалізаційних викликів. Авт. – упоряд.: Г.О. Андрощук, І.Б. Жилиєв, Б.Г. Чижевський, М.М. Шевченко. – К.: Парламентське вид-во, 2009. – 632 с.
3. Концепція розвитку національної інноваційної системи. Схвалено розпорядженням Кабінету Міністрів України від 17.06. 2009 р. № 680-р [Електронний ресурс]. – Доступний з: «zakon.rada.gov.ua/laws/show/680-2009-p».

4. Володін В.С. Теоретико-методологічні та організаційні засади інноваційного провайдингу на наукоємному аграрному ринку/В.С.Володін. – К.: ЗАТ «Нічлава», 2007. – 384 с.
5. Даций О.І. Розвиток інноваційної діяльності в агропромисловому виробництві України/О.І.Даций. – К.: ННЦ ІАЕ, 2004. – 428 с.
6. Інноваційна діяльність в аграрній сфері: інституціональний аспект: монографія/П.Т.Саблук, О.Г.Шпикуляк, Л.І.Курило та ін. – К.: ННЦ ІАЕ, 2010. – 706 с.
7. Інноваційна трансформація аграрного сектора економіки: Монографія; НАН України, Ін-т екон. та прогноз. – Київ, 2012. – 496 с.
8. Рогоза М.Є. Стратегічний інноваційний розвиток підприємств: моделі та механізми: монографія/М.Є.Рогоза, К.Ю.Вергал. – Полтава: РВВ ПУЕТ, 2011. – 136 с.
9. Федун І.Л.Підвищення інноваційно-інвестиційної активності в агропромисловому виробництві України за кризових дисбалансів економічного простору/ І.Л. Федун: Монографія. – Тернопіль: Крок, 2014. -434 с.
10. Олійник Т.І. Організаційно-економічний механізм управління процесом відтворення основних засобів аграрних підприємств: монографія / Т.І. Олійник. – К.: ННЦ ІАЕ, 2013. – 194 с.
11. Пасхавер Б. Й. Наявність і динаміка основних засобів України/Б.Й.Пасхавер//Економіка і прогнозування. – 2015. - №1. – С. 157-158.
12. Агропродовольчий розвиток України в контексті забезпечення продовольчої безпеки: колективна монографія/НАН України; ДУ «Ін-т екон. та прогноз. НАН України». – К., 2014. – 456 с.
13. Крисанов Д.Ф.Зношення та відтворення основних засобів переробно-харчових виробництв на інноваційній основі/ Д.Ф.Крисанов//Вісник Кам'янець-Подільського нац. ун-ту імені Івана Огієнка. Економічні науки. Вип.10. - Кам'янець-Подільський: ФОП Сисин Я. І., 2015. - С.167-174.
14. Буряк Р.І. Менеджмент якості: забезпечення сталого розвитку аграрних підприємств: Монографія/Р.І.Буряк. – К.: ТОВ «Аграр Медіа Груп», 2013. – 534 с.
15. Діяльність суб'єктів великого, середнього, малого та мікропідприємництва. Стат. збірник. 2013 / Держстат України. – К.: ТОВ вид-во «Консультант», 2014. – 498 с.
16. Єдина комплексна стратегія розвитку сільського господарства і сільських територій на 2015-2020 роки [Електронний ресурс]. – Доступний с: minagro.gov.ua/node/16015.
17. * Исследование выполнено при поддержке НАН Украины в рамках ведомственной НИР «Ресурсные возможности развития аграрного сектора экономики Украины» (0114U001638).

**Buletinul Științific al Universității de Stat
„Bogdan Petriceicu Hasdeu” din Cahul**
(ediție semestrială)

Seria „Științe Economice”

Piața Independenței 1,
Cahul, MD-3909
Republica Moldova

tel: 0299 22481
e-mail: buletin.usc@gmail.com

Bun de tipar: 20.06.2015
Format: 17,6 cm x 25 cm
Coli de tipar: 9,75
Tirajul 120 ex.
Tipografia „CentroGrafic” SRL, Cahul
Tel. 0299 25949