

с последующим перенесением достигнутых достижений на аналогичные предприятия хозяйства.

Основная трудность во внедрении бенчмаркинга заключается в выборе смоделированного эталонного результата, с которым будут сопоставляться реальные показатели. Поэтому при выборе базового предприятия из всех филиалов определенного хозяйства с авторской точки зрения целесообразно применять не только сопоставительный метод, но и метод экспертных оценок. К примеру, это могут быть таксонометрический и нормативные методы. Однако, учитывая специфику функционирования предприятий железнодорожного транспорта, где каждому отделению задаются различные объемы перевозок, а также другие показатели эффективности работы, то и нормативный метод здесь не будет эффективен. Суть таксонометрического метода заключается в вычислении среднего значения, а также стандартного отклонения в системе показателей, расчеты и конечный результат по которым может быть выведен с помощью системы ЕК ИСУФР. Подобный детальный подход к осуществлению бизнес-процесса «Бенчмаркинг» позволит повысить эффективность работы деятельности контрольно-ревизионного отдела в части выявления «эталона» по каждому из хозяйства.

Внедрение бенчмаркинга на предприятиях железнодорожного транспорта позволит не только оценить результаты деятельности предприятий одного и того же хозяйства между собой, но и определить возможный уровень развития для достижения.

Литература

1. Шатров, С.Л. Аутсорсинг бизнес-процессов транспортных систем: /С.Л. Шатров, О.В. Липатова, И.А. Кейзер. – Гомель: БелГУТ, 2017. – С. 123-126.
2. Багиев Г. Л., Тарасевич В. Маркетинг: Учебник для вузов: / Г. Л. Багиев, В. Тарасевич. – 3-е изд. – СПб.: Питер, 2010. – 718 с.
3. Шатров С.Л. Учетно-информационная система обеспечения процессного управления в организациях железнодорожного транспорта/ С.Л. Шатров, Е.О. Фроленкова, Н.С. Кузнецова // Вестник Полоцкого государственного университета. Серия D, Экономические и юридические науки. - 2018. - № 14. – С. 129-133.
4. Кузнецова, Н.С. Процессное управление в локомотивном хозяйстве / Н.С. Кузнецова, С.Л. Шатров // Инновационные технологии на транспорте: образование, наука, практика Материалы XLII Международной научно-практической конференции в рамках реализации Послания Президента РК Н. Назарбаева "Новые возможности развития в условиях четвертой промышленной революции". Под редакцией Б.М. Ибраева. – 2018. – С. 210-214.
5. Шатров, С. Л. Процессный подход в системе управления железнодорожного транспорта: учетно-контрольные аспекты / С. Л. Шатров, Е. О. Фроленкова // Устойчивое развитие экономики: международные и национальные аспекты : электронный сборник статей II международной научно-практической конференции, посвященной 50-летию Полоцкого государственного университета, Новополоцк, 7–8 июня 2018 г. / Полоцкий государственный университет. – Новополоцк, 2018. – С. 471-474.

УДК 338.45

А.А. Лебедка

anastasiyleb29@gmail.com

*Таверический государственный агротехнологический университет
имени Д. Моторного, Украина*

СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА ОВОЩЕЙ ЗАПОРОЖСКОЙ ОБЛАСТИ

Проведен анализ состояния рынка овощей Запорожской области. Определены проблемы развития овощеводства региона. Обоснованы направления развития рынка овощной продукции Запорожской области.

В современных условиях развития украинской экономики становления рынка овощей в Украине происходит на фоне определенного экономического роста, но в этой области существует много нерешенных проблем, в частности увеличение объемов производства и повышение его эффективности. Формирование рынка овощной продукции относится к первоочередным задачам и требует использования инструментов маркетинга, повышения эффективности его функционирования. Необходимость маркетинга овощной продукции заключается в качественном удовлетворении потребностей потребителей, который охватывает такие сферы овощеводства как производство, хранение, переработка и реализация.

Рынок овощной продукции следует рассматривать как сложную систему, состоящую из определенных подсистем, связанных между собой технологическими, организационными и экономическими отношениями и ориентированных на одну конечную цель - круглогодичное обеспечение населения страны овощной продукцией необходимого объема и качества в соответствии с его платежеспособным спросом [2].

Рынок овощей в Украине в последние годы динамично развивается. Площади, занятые под посевами овощей в Украине, в 2017 году составляют 2034000 га, что на 0,54%, или 11 тыс. га больше, чем площадь под урожай 2016 года. Производство овощей открытого грунта в Запорожской области с 2013 г. по 2017 г. в целом имеет тенденцию к росту. В 2017 г. зафиксирован самый высокий уровень урожайности (151,6 ц/га) за весь период исследования при уменьшении площади посевов на 22,04% по отношению к 2013 году. Это дает возможность утверждать, что 2017 год был самым прибыльным при реализации овощей. Исследуя динамику уровня цен, следует отметить, что в 2017 году цены на овощи по сравнению с 2013 годом, увеличились на 54,13%. В частности, на 15,3% увеличилась цена на томаты, на 14,1% подорожали огурцы, на 28,3% - капуста.

Потребительские цены на овощи, которые сложились на городских рынках Запорожской области, значительно превышают оптовые в зимне-весенний период. Данная ситуация объясняется отсутствием оптового рынка сельскохозяйственной продукции на территории Запорожской области и спекулятивным фактором, который оказывает значительное влияние на рыночную конъюнктуру. Следовательно, возникает необходимость создания оптового рынка.

Проанализировав эффективность реализации овощей, можно сделать вывод, что объем реализованной продукции в 2017 году увеличился по сравнению с 2013 годом на 49,83%. В 2017 году предприятия получили убытки при реализации овощей в размере 2382,2 тыс.грн. За период 2013-2017 годов уровень рентабельности производства овощей сельскохозяйственными предприятиями Запорожской области имел негативную тенденцию, что свидетельствует о нестабильном состоянии развития отрасли.

За последние годы изменилась рыночная ситуация - резко сократились спрос и предложение на овощную продукцию, преобладающими стали темпы снижения спроса. Относительно многих видов овощной продукции из дефицитного рынок превратился в перенасыщенный. Уменьшение спроса на продукцию овощеводства обусловлено, прежде всего снижением доходов населения, а также ростом размеров налогов и других платежей, ограниченной возможностью экспорта продукции. Одной из характерных особенностей отечественного рынка овощей недостаточно высокое их качество и довольно ограниченный ассортимент, отсутствие удобной для потребителя упаковки.

Одновременно с наращиванием объемов производства продукции овощеводства и снижением ее себестоимости острой проблемой остается повышение качественных характеристик овощной продукции при прохождении к потребителю - от производства, хранения, транспортировки, переработки до реализации. Качество овощей формируется в производственном процессе под действием различных факторов, влияющих на качество работы и осуществления производственного процесса в регионе, влияя в конечном итоге конкурентоспособность продукции и спрос на нее в сфере потребления [1].

Покупатель стал очень требовательным к овощной продукции. Для него важное значение имеет и продукция которая имеет - лучший внешний вид, удобную тару, лучше оформлена. Реализация овощной продукции связана с ее качеством и доступными ценами. Продукция высокого качества пользуется высоким спросом и быстро реализуется, а продукция низкого качества часто остается не реализованной, несмотря на низкую цену [3].

Общая концепция функционирования рынка овощной продукции основывается прежде всего на учете покупательной способности населения, а также на возможностях усиления роли отечественного сельскохозяйственного производства. Разработка концептуальных основ развития рынка сельскохозяйственной продукции, в частности овощной, возможна только на основе глубокого комплексного анализа тенденций и закономерностей, которые сформировались на рынке. Основные направления исследований должны способствовать формированию соответствующих государственных и региональных программ и механизма их внедрения. Государственная поддержка должна быть ориентирована на развитие крупнотоварного производства, как более конкурентоспособного; способствовать углублению внутривозрастной и внутриотраслевой специализации и кооперации; углублять уровень интенсификации и концентрации отрасли, что позволит обеспечить повышение уровня эффективности в расчете на единицу продукции.

Таким образом, основными принципами современного развития овощной отрасли должны стать: удовлетворение потребностей населения в овощной продукции в течение года в соответствии с платежеспособного спроса, максимальное использование природных ресурсов, эффективное использование земли, фондов, трудового потенциала. Важным направлением дальнейшего развития овощеводства является создание экологических хозяйств, а также улучшение качества продукции и ориентация производителей на экологически безопасное ведение производства. Улучшение качества овощной продукции должно рассматриваться наравне с безопасностью ее потребления.

Литература

1. Мартиненко М.М., Ігнатська І.А. Стратегічний менеджмент: підручник. Київ: Каравела, 2006. 320 с.
2. Шквиря Н.О. Обґрунтування стратегічних орієнтирів розвитку підприємства на ринку овочів. *Соціально-економічні та правові чинники розвитку національної економіки України: облікові, аналітичні та контрольні аспекти в сучасних умовах інтеграційних процесів*: матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції. Полтава: ПУЕТ, 2018. С. 78-81.
3. Шквиря Н.О. Стратегічний аналіз макросередовища підприємств галузі овочівництва. *Сучасні наукові дослідження на шляху до євроінтеграції*. зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. форуму, 21-22 черв. 2019р. Мелітополь: ТДАТУ, 2019. С. 67-71.

УДК 338.43:331.101.262

С.Д. Лин

econchair@gsu.by

Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины, Беларусь

К НЕКОТОРЫМ ВОПРОСАМ МЕТОДИКИ АНАЛИЗА ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА СЕЛА

Статья посвящена исследованию теоретико-методических основ анализа человеческого капитала сельской местности. Автором дается обзор методических процедур по определению величины человеческого капитала и основных подходов к его оценке. Выявлены основные преимущества и недостатки методического