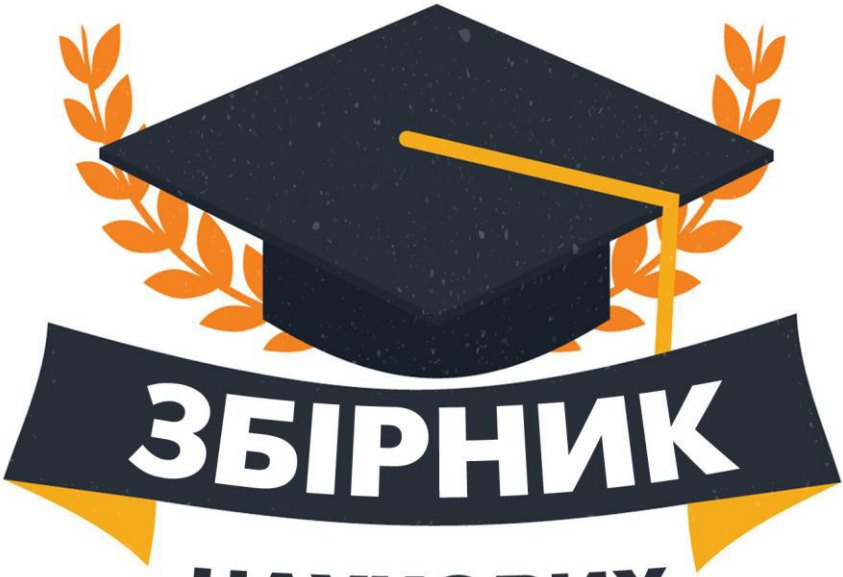
ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПІЛКИ
“ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ”



ЗБІРНИК НАУКОВИХ СТАТЕЙ МАГІСТРІВ

НАВЧАЛЬНО-НАУКОВОГО ІНСТИТУТУ БІЗНЕСУ ТА СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

ПОЛТАВА
2020

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПІЛКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»
(ПУЕТ)

ЗБІРНИК НАУКОВИХ СТАТЕЙ МАГІСТРІВ

НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ БІЗНЕСУ ТА СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Полтава
ПУЕТ
2020

УДК 330:004(082)
З-41

Друкується відповідно до наказу по університету № 112-Н від 01 вересня 2020 р.

Головний редактор – ***О. О. Нестуля,*** д. і. н., професор, ректор Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі» (ПУЕТ).
Заступник головного редактора – ***О. В. Манжура,*** д. е. н., доцент, проректор з науково-педагогічної роботи ПУЕТ.
Відповідальний секретар – ***Н. М. Бобух,*** д. філол. н., професор, завідувач кафедри української, іноземних мов та перекладу ПУЕТ.

Відповідальний редактор

А. С. Ткаченко, к. т. н., доцент, директор Навчально-наукового інституту бізнесу та сучасних технологій ПУЕТ.

Члени редакційної колегії

Г. О. Бірта, д. с.-г. н., професор (спеціальність Підприємництво, торгівля та біржова діяльність освітні програми «Товарознавство і комерційна діяльність» і «Товарознавство та експертиза в митній справі»), завідувач кафедри товарознавства, біотехнології, експертизи та митної справи ПУЕТ;
О. О. Ємець, д. ф.-м. н., професор (спеціальність Комп'ютерні науки), завідувач кафедри математичного моделювання та соціальної інформатики ПУЕТ;
Є. А. Карпенко, к. е. н., доцент (спеціальності Облік і оподаткування та Підприємництво, торгівля та біржова діяльність освітня програма «Публічні закупівлі»), завідувач кафедри бухгалтерського обліку і аудиту ПУЕТ;
Н. В. Карпенко, д. е. н., професор (спеціальність Маркетинг), завідувач кафедри маркетингу ПУЕТ;
Т. А. Костишина, д. е. н., професор (спеціальності Економіка освітня програма «Управління персоналом та економіки праці», Публічне управління та адміністрування освітня програма «Місцеве самоврядування»), завідувач кафедри управління персоналом, економіки праці та економічної теорії ПУЕТ;
Г. В. Лаврик, д. ю. н., професор (спеціальність Публічне управління та адміністрування освітня програма «Публічне адміністрування»), завідувач кафедри правознавства ПУЕТ;
Л. М. Шимановська-Діанич, д. е. н., професор (спеціальність Інформаційна, бібліотечна та архівна справа), завідувач кафедри менеджменту ПУЕТ;
Л. С. Франко, ст. викладач (спеціальність Міжнародні економічні відносини), завідувач кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин;
О. В. Яріш, к. е. н., доцент (спеціальність Фінанси, банківська справа та страхування), завідувач кафедри фінансів та банківської справи ПУЕТ.

З-41 **Збірник** наукових статей магістрів. Навчально-науковий інститут бізнесу та сучасних технологій. – Полтава : ПУЕТ, 2020. – 294 с.

ISBN 978-966-184-388-1

У збірнику представлено результати наукових досліджень магістрів спеціальностей: Інформаційна, бібліотечна та архівна справа освітня програма «Документознавство та інформаційна діяльність»; Комп'ютерні науки освітня програма «Комп'ютерні науки»; Облік і оподаткування освітня програма «Облік і аудит»; Фінанси, банківська справа і страхування освітня програма «Фінанси і кредит»; Публічне управління та адміністрування освітні програми «Публічне адміністрування» та «Місцеве самоврядування»; Економіка освітня програма «Управління персоналом та економіка праці»; Маркетинг освітня програма «Маркетинг»; Філологія освітня програма «Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська»; Підприємництво, торгівля та біржова діяльність освітні програми «Товарознавство і комерційна діяльність», «Товарознавство та експертиза в митній справі», «Публічні закупівлі».

УДК 330:004(082)

Матеріали друкуються в авторській редакції мовами оригіналів.
За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідальні автори.
Розповсюдження та тиражування без офіційного дозволу ПУЕТ заборонено.

© Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі», 2020

ISBN 978-966-184-388-1

ЗМІСТ

ОБЛІК І ОПОДАТКУВАННЯ

Освітня програма «Облік і аудит»

Горілко Н. А. Напрями вдосконалення обліку основних засобів будівельних підприємств 8

Манченко О. М. Принципи та завдання організації обліку податку на прибуток 13

Матюша Я. Ю. Податок на прибуток: вплив податкової реформи 2020 18

Савченко Н. Г. Організація системи внутрішнього контролю на підприємстві..... 24

Фандєєва А. Ю. Напрями вдосконалення приміток до річної фінансової звітності щодо необоротних активів та резервів..... 30

Яновська К. А. Класифікація власного капіталу: обліково-аналітичний аспект..... 36

ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ

Освітня програма «Публічні закупівлі»

Ляхно Р. В. Окремі аспекти стану публічних закупівель в Україні..... 41

Павленко О. С. Особливості проведення спрощених закупівель 47

Освітня програма «Товарознавство та експертиза в митній справі»

Закотей В. Л. Тенденції розвитку виробництва і споживання кави в Україні 51

Кулинич С. В. Особливості формування асортименту і споживання безалкогольних напоїв 56

Сич А. М. Дослідження використання ультрафіолетових ламп для пристроїв знезараження повітря 61

Скоробагацький В. В., Бабенко О. Ю. Стан та тенденції ринку пластмас в Україні 66

Снєжков В. О. Ідентифікаційна експертиза апельсинів різних сортів 70

Хоменко Ю. О. Сучасні проблеми ідентифікації та фальсифікації шоколаду 75

Освітня програма «Товарознавство і комерційна діяльність»

Богаєвський В. В. Шляхи підвищення якості та харчової цінності мармеладних виробів 80

ФІНАНСИ, БАНКІВСЬКА СПРАВА ТА СТРАХУВАННЯ

Освітня програма «Фінанси і кредит»

Деєв О. С. Методи оцінювання фінансової безпеки підприємства 85

Зінченко А. В. Особливості управління діловою активністю підприємства в умовах кризи 90

Костюченко А. А. Методи фінансового планування вітчизняних підприємств 95

Кулиняк Н. А., Руденко А. А. Формування моделі управління фінансовими ресурсами підприємств споживчої кооперації на основі фінансового контролінгу 99

Опанасюк А. О., Пінчук А. Г. Ефективне управління фінансовими ресурсами підприємства як умова успішної стратегії забезпечення його фінансової стійкості 103

Павлишин Д. Г. Фінансова децентралізація та її вплив на соціально-економічний розвиток Полтавського регіону 107

Панченко К. В. Теоретико-методологічні підходи до визначення сутності фінансової безпеки домогосподарств 112

Рудько В. О. Оцінка рівня фінансової безпеки банківської системи України 120

Таран Ю. М., Мареха Є. Р. Обґрунтування необхідності використання тактичного інструментарію контролінгу в процесі реалізації фінансової стратегії підприємства 124

Черкасова А. А. Основні засоби підприємства: сутність та характеристика видів їх оцінювання 128

Шкарупа Є. О. Податкові пільги в системі прямого оподаткування 132

КОМП'ЮТЕРНІ НАУКИ

Освітня програма «Комп'ютерні науки»

Белінська В. В. Створення програмного забезпечення тренажера з теми «Розподіли дискретних випадкових величин та їх числові характеристики» дистанційного навчального курсу «Теорія ймовірностей та математична статистика» 137

Гусак Ю. С. Тренажер з теми «Моделювання булевих функцій за допомогою елементарного персептрону» дисципліни «Нейронно-мережеві технології в інформатиці»..... 140

Жайворонок Я. І. Розробка програмного забезпечення для тренажера дистанційного курсу «Теорія інформації та кодування» з теми «Коди із виявленням помилок» 145

Коломієць Є. С. Програмне забезпечення для тренажера з теми «Математичні основи дисципліни» дистанційного навчального курсу «Теорія програмування» 149

Кривошей О. С. Розробка тренажера з теми «Виявлення аномальних спостережень за допомогою критерію Томпсона» дисципліни «Аналіз даних і прикладні пакети статистичної обробки» 153

Лєбєдєва М. О. Алгоритм тренажера з теми «Контекстовільні мови» дистанційного навчального курсу «Теорія програмування» 158

Остапов І. С. Програмне забезпечення для тренажера з теми «Формальні граматики» дистанційного навчального курсу «Теорія програмування» 162

Товстоножко О. А. Програмне забезпечення для тренажера з теми «Алгоритмічно нерозв'язні проблеми» дистанційного навчального курсу «Теорія програмування» 166

ІНФОРМАЦІЙНА, БІБЛІОТЕЧНА ТА АРХІВНА СПРАВА

Освітня програма «Документознавство та інформаційна діяльність»

Божченко І. Ю. Організація господарсько-договірної документації як необхідна умова ефективного функціонування підприємства 171

Двірна О. А. Інформаційне забезпечення навчально-наукової діяльності закладів вищої освіти 175

Макарова М. В. Практика інформаційної підтримки клієнтів сервісного підприємства 179

Оніпко Т. В. Інновації в діяльності бібліотечних установ 184

Сімак Т. Г. Система інформаційної взаємодії з клієнтами (CRM) на підприємстві 190

ФІЛОЛОГІЯ

Освітня програма «Германські мови та література (переклад включно), перша – англійська»

Даровський Е. В. Перекладацькі особливості відтворення українською мовою сучасних текстів американської реклами 195

Калашнікова І. Ф. Особливості англійських фразеологізмів та основні способи їх перекладу 200

Коршунова І. А. Особливості перекладу англомовних політичних виступів українською мовою (на матеріалі промов Д. Трампа) 204

Костирко А. С. Англомовний рекламний туристичний проспект як об'єкт перекладу 208

Шуть В. В. Переклад порівнянь сучасної англомовної прози українською мовою 213

ЕКОНОМІКА

Освітня програма «Управління персоналом та економіка праці»

Товсторебра Л. О. Підходи оцінювання персоналу 217

ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ

Освітня програма «Місцеве самоврядування»

Гур'янов А. М. Етапи бюджетного процесу на місцевому рівні 221

Коваленко А. А. Децентралізація як компонент адміністративно-територіальної реформи 226

Кругляк О. В. Сутність та принципи стратегічного планування розвитку територіальної громади 231

Цикозін О. В. Територіальна громада та її ознаки 235

Освітня програма «Публічне адміністрування»

Мороз А. М. Публічні закупівлі в умовах конкурентного середовища 240

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ МАРКЕТИНГ

Освітня програма «Маркетинг»

Верезомський Д. Р. Механізм формування рекламного менеджменту підприємства 243

МЕНЕДЖМЕНТ

Освітня програма «Бізнес-адміністрування»

Гуреєва М. Ю., Вовченко В. А. Інноваційна методика eduScrum в освітній діяльності..... 248

Молчанов Є. О., Сухачова Н. С. Поняття «реклами» та «соціальної реклами» в сучасній науковій лінгвістичній інтерпретації..... 252

Анісімова О. С., Сухачова Н. С. Полісемія в англомовній науковій терміносистемі..... 258

Васильєва А. А., Сухачова Н. С. Концептуальна метафора у промовах політиків гілларі клінтон та дональда трампа 263

Власенко Є. О., Сухачова Н. С. Особливості перекладу скорочень в англомовних економічних текстах 270

Забишна А. Є., Сухачова Н. С. Особливості перекладу англійських неологізмів сфери комп'ютеризації 274

Іванов О. С., Сухачова Н. С. Особливості перекладу реалій в художніх творах 279

Лобач О. В., Король Т. Г. Переклад кінотрейлерів до англомовних фільмів українською мовою 284

Ставицька А. В., Стеценко В. В. Особливості перекладу на українську мову сучасної англійської термінології економічної сфери 289

ОБЛІК І ОПОДАТКУВАННЯ
Освітня програма «Облік і аудит»

УДК 657.42:[658:69]

НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Н. А. Горілко, *магістр спеціальності Облік і оподаткування освітня програма «Облік і аудит»*
Є. А. Карпенко, *к. е. н., доцент – науковий керівник*

Анотація. У статті поглиблено теоретичні та вдосконалено методичні й організаційні аспекти обліку основних засобів будівельних підприємств. Визначено особливості діяльності будівельних підприємств, які впливають на організацію обліку основних засобів. Розроблено рекомендації з деталізації субрахунків для обліку основних засобів будівельних продукції.

Ключові слова: будівництво, необоротні активи, облік, основні засоби, рахунки.

Abstract. The article deepens the theoretical and improved methodological and organizational aspects of accounting for fixed assets of construction companies. Peculiarities of activity of construction enterprises that influence the organization of fixed assets accounting are determined. Recommendations for detailing sub-accounts for accounting of fixed assets of construction products have been developed.

Keywords: accounting, accounts, construction, fixed assets non-current assets.

Постановка проблеми. Основні засоби у підприємств будівельної галузі займають визначальне місце. Адже це основні засоби праці, за рахунок яких будівельні підприємства отримують доходи. Ефективне використання основних засобів зумовлює необхідність впровадження науково обґрунтованої системи обліку, яка б відповідала вимогам управління та генерувала достовірну релевантну інформацію.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Дослідженню проблем обліку основних засобів значну увагу приділили у своїх працях відомі вітчизняні вчені: Ю. А. Верига, Ф. Ф. Бутинець, А. В. Алєксєєва, М. М. Зюкова, В. В. Сопка, Є. В. Мних, Г. І. Зима, Н. І. Самбурська та інші. Окремі проблеми обліку основних засобів досліджувалися у дисертаціях Н. І. Федоронько

(2011 р.), В. О. Лесняк (2014 р.), М. М. Матієшин (2015 р.), О. С. Яцунської (2016 р.), М. Ю. Самчик (2016 р.), А. А. Макуріна (2017 р.). Проте, віддаючи належне розробкам провідних учених, слід відзначити, що низка проблемних питань в обліку основних засобів будівельних підприємств до сьогодні залишаються не достатньо вирішеними.

Формулювання мети. Метою статті є удосконалення організації та методики обліку основних засобів з урахуванням особливостей діяльності будівельних підприємств, що сприятиме підвищенню якісного рівня облікового забезпечення управління.

Виклад основного матеріалу дослідження.

На організацію обліку основних засобів будівельних підприємств впливають такі особливості:

– рухомість будівельних організацій, їхніх підрозділів, трудових і матеріально-майнових ресурсів, які систематично переміщуються після завершення робіт з одних об’єктів на інші;

– територіальна відокремленість об’єктів будівництва і велике значення транспортних зв’язків між ними;

– залежність виробничого процесу в багатьох випадках від природних факторів, зокрема від кліматичних і метеорологічних умов, особливо в гідротехнічному і транспортному будівництві [1, с. 57].

З точки зору впливу галузевих особливостей діяльності будівельних підприємств на процес експлуатації основних засобів, дослідник В. С. Бард вказує, що, на відміну від інших галузей, продукція будівництва, як правило, нерухома й територіально закріплена, а це зумовлює необхідність постійної зміни місця проведення робіт [2, с. 28].

Про потребу створення нестандартних облікових процедур щодо основних засобів, із врахуванням галузевих особливостей будівельних підприємств зазначає В. Б. Захожай:

– територіальна розгалуженість будівельних майданчиків – продукт, об’єкт будівництва розробляють не за місцем розміщення виробника-виконавця, а на окремій дільниці, вказаній замовником;

– об’єкти виробництва знаходяться на значній відстані від апарату управління;

– об’єкти будівництва знаходяться на відкритій місцевості, спостерігається вплив кліматичних умов, що призводить до значних витрат [3].

Аналіз думок вчених з питань дослідження облікової практики будівельних підприємств дає можливість зробити висновок про необхідність врахування виокремлених нами організаційно-технологічних особливостей, які впливають на організацію обліку основних засобів, а саме:

1) мобільне використання активної частини основних засобів на різних об’єктах будівництва, які знаходяться не в окремому виробничому цеху, а в різних місцевостях. Це призводить до значних витрат на перебазування активної частини основних засобів між об’єктами будівництва, наприклад, на монтування баштових кранів тощо;

2) значний вплив кліматичних умов на знос основних засобів, які експлуатуються на відкритих будівельних майданчиках, що вимагає здійснення значних витрат на їхнє утримання, ремонт, різні види поліпшень. Ця особливість зумовлює необхідність пошуку найоптимальніших форм відновлення основних засобів із врахуванням фінансового стану будівельного підприємства, складу і структури пасивів тощо;

3) залучення окремих об’єктів основних засобів (наприклад, будівельних кранів) від сторонніх організацій, що вимагає обґрунтування найбільш економічно доцільного зі шляхів такого залучення: на умовах оренди, лізингу тощо;

4) велика тривалість виробничого процесу, що в кризових умовах господарювання призводить до значних обсягів незавершеного будівництва. З точки зору впливу на методику й організацію обліку наявність незавершеного будівництва призводить до простою активної частини основних засобів, тому виникає необхідність прийняття рішень щодо ефективного управління ними – консервації чи продажу з відповідним відображенням в обліку.

Урахування галузевих особливостей будівельних підприємств при формуванні системи обліково-аналітичного забезпечення процесу експлуатації основних засобів надасть можливість підвищити ефективність управління ними за рахунок прийняття рішень, які ґрунтуватимуться на якісній та обґрунтованій інформації.

Доцільно акцентувати увагу на тому факті, що одним з елементів організації обліку основних засобів будівельних підприємств є документування, яке, поряд з первинними документами бухгалтерського обліку, обліковими регістрами та звітністю, включає технічну (експлуатаційну та ремонтну) документацію як факторну складову, що має вирішальний вплив на формування облікових документів (рис. 2.1).

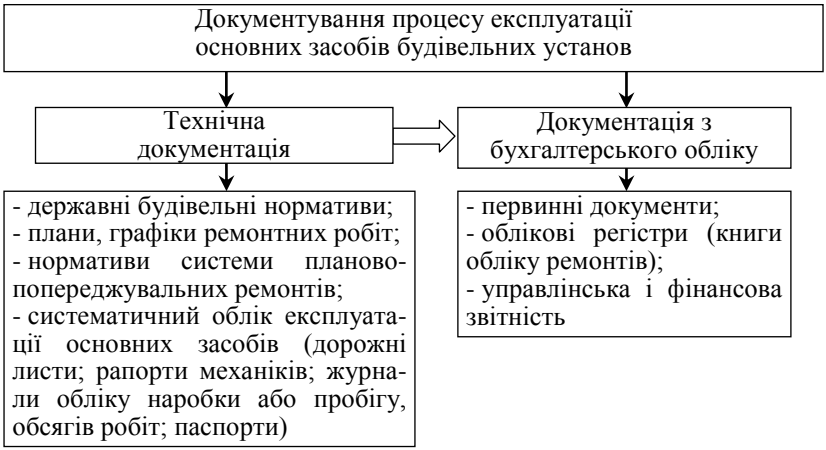


Рисунок 2.6 – Документування процесу експлуатації основних засобів будівельних підприємств

Функціонування будівельних підприємств вирізняється інтенсивною експлуатацією основних засобів, у результаті чого виникають значні витрати на підтримання їх у робочому стані, відновлення та поліпшення таких об’єктів. За таких умов дані, які продукує система фінансового обліку не може задовольнити потреби менеджменту.

З метою одержання необхідної інформації щодо здійснення процесу експлуатації нами запропоновано внести зміни до робочого плану рахунків через виокремлення відповідних рахунків аналітичного обліку до синтетичного рахунку 10 Основні засоби (табл. 1).

Таблиця 1 – Пропоновані субрахунки аналітичного обліку для відображення процесу експлуатації основних засобів будівельних підприємств

Субрахунки		Аналітичні рахунки		
другого порядку		третього порядку		четвертого порядку
Код	**Назва**	**Код**	**Назва**	**Код**
104	Машини і обладнання	1041	Нетривале зберігання машин і обладнання	104101-104199 За об'єктами
		1042	Машини і обладнання на технічному обслуговуванні	104201-104299 За об'єктами
		1043	Машини і обладнання в експлуатації	104301-104399 За об'єктами
		1044	Машини і обладнання на відновленні	104401-104499 За об'єктами
		1045	Машини і обладнання на поліпшенні	104501-104599 За об'єктами
		1046	Машини і обладнання на консервації	104601-104699 За об'єктами
105	Транспорт-ні засоби	1051	Нетривале зберігання транспортних засобів	105101-105199 За об'єктами
		1052	Транспортні засоби на технічному обслуговуванні	105201-105299 За об'єктами
		1053	Транспортні засоби в експлуатації	105301-105399 За об'єктами
		1054	Транспортні засоби на відновленні	105401-105499 За об'єктами
		1055	Транспортні засоби на поліпшенні	105501-105599 За об'єктами
		1056	Транспортні засоби на консервації	105601-105699 За об'єктами

Проведене дослідження облікової практики будівельних підприємств дозволило нам виявити, що відображення витрат, пов'язаних з процесом експлуатації основних засобів у частині ремонтних робіт, здійснюється як на рахунку 911 Загально-виробничі (загальнодільничні) витрати, так і на рахунку 912 Витрати з експлуатації будівельних машин і механізмів. На нашу думку, використання останнього рахунку є некоректним, оскільки він не дозволяє формувати необхідну достовірну інформацію за кожним об'єктом основних засобів, що перебувають на технічному обслуговуванні та ремонті.

Для вирішення зазначеної проблеми нами запропоновано відкрити субрахунки 232 Ремонтне господарство до синтетичного рахунку 23 Виробництво у частині допоміжного виробництва та відповідних аналітичних рахунків у розрізі поточного, капітального та непланового (аварійного) ремонту виробничих основних засобів.

Запропонована аналітика до субрахунку 232 Ремонтне господарство, на нашу думку, дасть можливість організовувати облік витрат на виконання ремонтних робіт у межах окремих об'єктів основних засобів за методом накопичення витрат за певний період часу із застосуванням елементів нормативного методу обліку й контролю за економним та раціональним використанням матеріальних, трудових і фінансових ресурсів.

Висновки. Винесені автором пропозиції щодо удосконалення аналітичного обліку основних засобів дозволять підвищити аналітичність облікових даних та посилити контрольні функції бухгалтерського обліку, сприятимуть узгодженості показників та об'єктивності оцінки основних засобів будівельних підприємств.

Список використаних джерел

1. Карпенко О. В., Карпенко Є. А. Облік за видами економічної діяльності: опорний конспект лекцій для студентів спеціальності 071 «Облік і оподаткування» освітня програма «Облік і аудит» ступеня бакалавра. Полтава : ПУЕТ, 2019. 182 с.
2. Бард В. С. Финансы строительства: учеб для вузов. Москва : Стройиздат, 1985. 288 с.
3. Бухгалтерський облік у галузях економіки : підруч. для студ. вищ. навч. закл. / В. Б. Захожай, М. Ф. Базась, М. М. Матюха, В. М. Базась. Київ : МАУП, 2005. 966 с.

УДК 657.446

ПРИНЦИПИ ТА ЗАВДАННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ ПОДАТКУ НА ПРИБУТОК

О. М. Манченко, *магістр спеціальності Облік і оподаткування освітня програма «Облік і аудит»*
Є. А. Карпенко, *к. е. н., доцент – науковий керівник*

Анотація. У статті автор приділив увагу дослідженню особливостей організації обліку розрахунків за податком на прибуток в умовах чинності Податкового кодексу України. Автором

визначено принципи та завдання організації обліку податку на прибуток, які забезпечать підвищення достовірності і повноти сплати цього податку.

Ключові слова: бюджет, оподаткування, організація, податок, прибуток, принципи, податок на прибуток.

Abstract. In the article, the author paid attention to the study of features of accounting for income tax in force CLE. The author defines the principles and objectives of the organization of income tax accounting, which will increase the reliability and completeness of the payment of income tax.

Keywords: budget, income tax, organization, profit, principles, taxation, tax.

Постановка проблеми. Прибуток відображає позитивний фінансовий результат діяльності підприємства, тобто характеризує ефективність роботи менеджменту, пов'язаної з організацією діяльності та співпраці з контрагентами. Проте прибуток забезпечує не лише перспективи розвитку підприємства й задоволення матеріальних і соціальних благ власників та працівників, він є джерелом сплати податкових платежів, а отже вагомою складовою формування бюджетних ресурсів держави.

За інформацією Державної податкової служби України, на основі розрахунків спеціальними методами встановлено, що достовірність і повнота сплати податку на прибуток в Україні є сумнівними, оскільки тіньова економічна діяльність залишається значною. Тому покращення якості організації обліку податку на прибуток є нагальною потребою.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Дослідженню проблем організації обліку розрахунків за податками, значну увагу приділили у своїх працях відомі вітчизняні вчені: Ю. А. Верига, С. Ф. Голов, Є. А. Карпенко, І. Ю. Кравченко, Ю. О. Ночовна, Н. В. Прохар, А. А. Чирва та інші. Проте віддаючи належне науковим розробкам провідних вчених, слід відзначити, що ряд аспектів стосовно організації обліку податку на прибуток, потребують подальшого дослідження.

Формулювання мети. Метою статті є визначення принципів та завдань організації обліку податку на прибуток.

Виклад основного матеріалу дослідження. Раціональна організація бухгалтерського обліку спрямована на своєчасне виконання завдань планування, контролю, управління та надання повної правової й неупередженої інформації за мінімальних затрат засобів і праці.

Бухгалтерський облік на підприємстві ведеться безперервно з моменту його реєстрації і до моменту ліквідації. Єдиною валютою ведення бухгалтерського обліку є грошова одиниця України. Питання організації бухгалтерського обліку на підприємстві перебувають у компетенції керівника (власника) підприємства відповідно до чинного законодавства та установчих документів [1].

Під організацією бухгалтерського обліку розуміється система умов та елементів побудови облікового процесу з метою отримання достовірної та своєчасної інформації про господарську діяльність підприємства і здійснення контролю за раціональним використанням виробничих ресурсів і готової продукції. Її призначення – удосконалення та раціоналізація обробки інформації, розподіл робіт між персоналом бухгалтерії, наукова організація праці.

Організація бухгалтерського обліку – це цілеспрямована діяльність керівників підприємства зі створення, постійного впорядкування та удосконалення системи бухгалтерського обліку з метою забезпечення потрібною інформацією внутрішніх та зовнішніх користувачів.

Основні завдання організації обліку наведено на рис. 1:

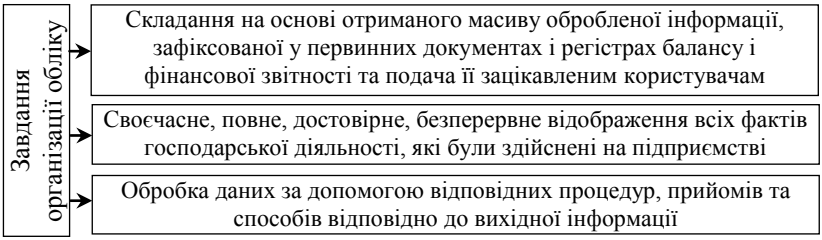


Рисунок 1 – Основні завдання організації бухгалтерського обліку

Організація бухгалтерського обліку передбачає вирішення наступних принципово важливих питань:

– розробка концепції облікової політики підприємства;

– визначення межі застосування фінансового та управлінського обліку.

Від вирішення цих питань залежить структура та якість обліку, врахування запитів управлінської системи і функціонування інформаційної системи підприємства.

Суб'єктами в організації бухгалтерського обліку виступають керівники підприємства – директор та головний бухгалтер, об'єктом – обліковий процес, праця виконавців, організаційне, інформаційне технічне забезпечення обліку, тобто система бухгалтерського обліку.

Відповідальність за організацію бухгалтерського обліку та забезпечення фіксування фактів здійснення всіх господарських операцій у первинних документах, збереження оброблених документів, регістрів і звітності протягом встановленого терміну, але не менше трьох років, несе власник (власники) або уповноважений орган (посадова особа), який здійснює керівництво підприємством відповідно до законодавства та установчих документів [2].

Раціональна організація бухгалтерського обліку на підприємстві передбачає дотримання принципів, наведених в табл. 1.

Таблиця 1 – Принципи раціональної організації бухгалтерського обліку

Принцип	Суть принципу
Принцип цілісності	Вимагає розглядати систему як об'єкт, як цілісне явище, якість якого не зводиться до особливостей яких-небудь окремих частин, які утворюють його. Цілісність обліку системи як об'єкта виявляється у подвійному узагальненні господарських фактів-явищ і процесів
Принцип всебічності	Передбачає облік всіх внутрішніх зв'язків і відносин системи, всіх чинників, які впливають на її функціонування
Принцип субординації	Вимагає створення ієрархії елементів і відносин за чітко встановленими критеріями
Принцип динамічності	Встановлює, що всі характеристики системи слід розглядати не як постійні, а як постійно змінні. Динамічність бухгалтерського обліку як системи обумовлена удосконаленням форм і методів його організації, розвитком форм здійснення розрахунків, системи рахунків застосуванням нових методів обліку ресурсів, витрат на виробництво і калькуляцію собівартості продукції

Продовж. табл. 1

Принцип	Суть принципу
Принцип випереджаючого відображення	Означає постійну наявність проблем, виникнення яких обумовлене часом, а, отже, вимагає прогнозування стану системи обліку в майбутньому
Принцип системостворюючих відносин	Вимагає визначення саме таких зв'язків між частинами (елементами) системи, які забезпечують її цілісність, існування і розвиток

Податковим кодексом України [3] передбачений розрахунок бази оподаткування податком на прибуток на підставі даних бухгалтерського обліку. Тому нами сформульовані принципи організації обліку податку на прибуток:

– обов'язковість ведення податкового обліку, що випливає з класичних принципів побудови системи оподаткування в цілому, визначених Податковим кодексом України. Крім того, гармонізація бухгалтерського та податкового обліку, полягає в забезпеченні балансу інтересів широкого спектра користувачів звітності. Методика розрахунку податкових сум та документальне оформлення податкових відносин мають базуватися на основах класичного бухгалтерського обліку, а не навпаки;

– збалансованість інтересів платників податків і держави – недопущення переважання контрольної та фіскальної функцій податків над усіма іншими, оскільки це призводить до ігнорування державою інтересів суб'єктів господарювання та водночас запобігання завищенню витрат та заниженню доходів підприємств з метою мінімізації податкових зобов'язань;

– правова взаємоузгодженість систем бухгалтерського та податкового обліку, який передбачає, що норми податкового законодавства повинні відображатися у правилах бухгалтерського обліку, і навпаки;

– прозорість та стабільність – удосконалення системи податкового обліку випливає з того, що податковий облік на сучасному етапі призводить до ускладнення систем обліку. Чинна податкова методика розрахунку результатів господарювання ускладнює процедуру розрахунку податкових зобов'язань;

– послідовність та регулярність застосування норм і правил оподаткування – облік має здійснюватися платниками податків самостійно тобто облікові процедури мають реалізуватися послідовно і регулярно від одного податкового періоду до іншого;

– документування – підставою запису в регістрах обліку є наявність первинних документів, якими оформлюються відповідні факти фінансової діяльності і суб'єктів господарювання;

– вартісне вимірювання – вимірювання та узагальнення всіх господарських операцій у звітності здійснюється в єдиній грошовій оцінці.

Висновки. Винесені автором пропозиції дозволять покращити організацію обліку податку на прибуток. Це є надзвичайно важливо, адже організація обліку податку на прибуток є ключовим елементом загальної організації обліку на підприємстві.

Список використаних джерел

1. Прохар Н. В., Карпенко Є. А. Фінансовий облік : навч.-метод. посіб. Полтава : ПУЕТ, 2015. 119 с.
2. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України від 16.07.1999 р. № 996-XIV. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/996-14 (дата звернення: 13.08.2020).
3. Податковий кодекс України : Закон України від 02 грудня 2010 р. № 2755-VI. URL: http://www.zakon.rada.gov.ua (дата звернення: 13.08.2020).

УДК 657.3

ПОДАТОК НА ПРИБУТОК: ВПЛИВ ПОДАТКОВОЇ РЕФОРМИ 2020

Я. Ю. Матюша, *магістр спеціальності Облік і оподаткування*
Ю. О. Ночовна, *к. е. н., доцент – науковий керівник*

Анотація. У статті досліджено сучасний стан й проблеми оподаткування прибутку підприємства з урахуванням змін чинного законодавства. Узагальнено зміни, внесені до Податкового кодексу України, здійснено їх порівняння з минулим та світовим досвідом, окреслено перспективи розвитку на майбутнє.

Ключові слова: облік**,** оподаткування, податки, прибуток.

Abstract. The article examines the current state and problems of taxation of enterprise profits, taking into account changes in current legislation. The changes made to the Tax Code of Ukraine are generalized, their comparison with the past and world experience is made, prospects for the future are outlined.

Keywords: accounting, taxation, taxes, profits.

Постановка проблеми. Отримання прибутку є метою будь-якої підприємницької діяльності, адже він виступає основним фінансовим джерелом розвитку підприємства, головною рушійною силою різних економічних та соціальних процесів у бізнесі. Водночас він є джерелом забезпечення не лише внутрішньогосподарських потреб суб'єкта господарювання, а і джерелом формування бюджетних ресурсів держави.

Найважливішим методом акумулювання державою суспільного продукту є податок на прибуток, який забезпечує основну частку бюджетних надходжень країни. На сьогодні податок на прибуток зазнав суттєвих змін, які потребують вивчення, їх порівняння з минулим та світовим досвідом та надання об'єктивної оцінки застосування у сучасних умовах розвитку цифрової економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Ключові зміни у реформуванні податкової системи, в тому числі і стосовно податку на прибуток, були предметом дослідження таких учених, як: І. Є. Криницький, М. П. Кучерявенко, О. А. Лукашев, Н. Ю. Пришва та ін. Разом із тим окремі питання щодо бази оподаткування, ставки податків та зборів, їх співвідношення до бюджетних потреб, а також навантаження на підприємства потребують поглибленого опрацювання, особливо в умовах нестабільності чинного законодавства та тотальної діджеталізації обліку і звітності, в тому числі і податку на прибуток.

Формулювання мети. Метою статті є дослідження сучасного стану та проблем оподаткування прибутку підприємства з урахуванням змін чинного законодавства.

Виклад основного матеріалу дослідження. На протязі останніх років в Україні триває процес реформування в усіх суспільних сферах. Податкова реформа не стала винятком і є однією з найбільш очікуваних реформ для бізнесу та інвесторів в Україні. Історія внесення постійних змін до податкового законодавства походить ще з далеких 90-х. Проте за всі ці роки жодна влада так і не спромоглася побудувати ефективної

податкової системи. Це погіршує розвиток бізнесу в Україні та послаблює позиції нашої держави на європейському економічному ринку та в світовому економічному просторі. На жаль, податкова реформа для України – це вже не процес, який має окреслені часові рамки, а перманентний стан, в якому вона перебуває понад 20 років.

Так, попри прийняття численних законодавчих змін податкова система в Україні й далі має низку недоліків:

– неоднозначні положення законодавства, що перешкоджають розвитку бізнесу, їх складність, нечіткість та нелогічність;

– надмірне податкове навантаження на бізнес, висока тінізація економіки;

– невідповідність окремих норм чинного податкового законодавства вимогам ЄС;

– низька ефективність роботи фіскальних органів.

На сьогодні порядок формування та обліку прибутку в Україні регулюється рядом нормативно-правових актів різного підпорядкування, основними з яких є Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні», Положення (стандарти) бухгалтерського обліку, План рахунків бухгалтерського обліку та Інструкція про його застосування, Методичні рекомендації щодо облікової політики підприємства, Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку окремих об’єктів обліку.

Водночас порядок оподаткування прибутку національних підприємств визначає Податковий Кодекс України [1], який з 01.01.2020 року передбачає розрахунок об’єкта оподаткування прибутком на основі даних бухгалтерського обліку з подальшими коригуваннями відповідно до ПКУ, а також відміну майже всіх податкових пільг [2].

Передбачено, що розрахунок об’єкта оподаткування податком на прибуток буде здійснюватися на підставі даних бухгалтерського обліку шляхом коригування фінансового результату (за П(С)БО чи МСФЗ) до оподаткування, визначеного у фінансовій звітності, на різниці (амортизаційні різниці; різниці, що виникають при формуванні резервів (забезпечень); різниці, що виникають під час здійснення фінансових операцій (пп. 134.1.1 ПКУ), які збільшують або зменшують фінансовий результат до оподаткування, відповідно до положень розділу III «Податок на прибуток підприємств» ПКУ.

Для платників податку, у яких річний дохід від будь-якої діяльності (за вирахуванням непрямих податків), визначений за правилами бухгалтерського обліку за останній річний звітний період не перевищує 40 мільйонів гривень, об'єкт оподаткування може визначатися без коригування фінансового результату до оподаткування на усі різниці (крім від'ємного значення об'єкта оподаткування минулих податкових (звітних) років), визначені відповідно до положень цього розділу.

Платник податку, у якого річний дохід (за вирахуванням непрямих податків), визначений за правилами бухгалтерського обліку за останній річний звітний період не перевищує 40 мільйонів гривень, має право прийняти рішення про незастосування коригувань фінансового результату до оподаткування на усі різниці (крім від'ємного значення об'єкта оподаткування минулих податкових (звітних) років), визначені відповідно до положень цього розділу, не більше одного разу протягом безперервної сукупності років, в кожному з яких виконується цей критерій щодо розміру доходу. Про прийняте рішення платник податку зазначає у податковій звітності з податку на прибуток, що подається за перший рік в такій безперервній сукупності років. У подальші роки такої сукупності коригування фінансового результату також не застосовуються (крім від'ємного значення об'єкта оподаткування минулих податкових (звітних) років) визначені відповідно до положень розділу III «Податок на прибуток підприємств» ПКУ.

Основна ставка податку на прибуток не змінилася і становить 18 %.

У фінансовій звітності відображаються постійні та тимчасові податкові різниці, які мають враховуватися при визначенні податкового прибутку (збитку) звітного періоду, за відповідними групами з виділенням постійних податкових різниць, що підлягають вирахуванню, постійних податкових різниць, що підлягають оподаткуванню, тимчасових податкових різниць, що підлягають вирахуванню, тимчасових податкових різниць, що підлягають оподаткуванню.

Отже актуальність даного питання полягає у правильності визначення фінансових результатів з врахуванням податкових різниць, для подальшого їх оподаткування. Проблемою даної тематики виступає правильне визначення і обґрунтування податкових різниць, їх коригування і закріплення у відповідних документах.

При визначенні податкового прибутку або збитку розрахованого за даними бухгалтерського обліку фінансовий результат, який визначається порівнянням доходів з витратами, що були здійсненні для отримання цих доходів, коригується на суму постійних податкових різниць та частину суми тимчасових податкових різниць. Тому податкові різниці мають бути правильно визначені згідно ПКУ та ведення бухгалтерського обліку. Тобто різниці, які виникають при нарахуванні амортизації необоротних активів, формуванні резервів (забезпечень), здійсненні фінансових операцій, та різниці щодо операцій з продажу або іншого відчуження цінних паперів, а також операцій з інвестиційною нерухомістю та біологічними активами, які оцінюють за справедливою вартістю. На мікрорівні потрібно закріпити як саме і яким методом буде проводитися амортизація необоротних активів і які різниці виникатимуть, те ж саме стосується фінансових та інших операцій. Потрібно відобразити порядок, правила визначення податкових різниць в документах, одним з таких документів може стати наказ про облікову політику.

Водночас суттєвими змінам, які відбулися в ПКУ з 23.05.2020 р., на думку авторів, є наступні:

1) Підвищено вартісний критерій річного доходу для застосування фінансових різниць. Тепер платник податку на прибуток має право не застосовувати фінансові різниці при визначені об’єкта оподаткування податком на прибуток для платників податку у яких дохід за останній звітний період не перевищує 40 млн грн (до податкової реформи 20 млн грн) (пп. 134.1.1 ПКУ).

2) Доповнено перелік платників податку на прибуток:

– при виплаті доходів (прибутків) нерезиденту із джерелом їх походження з України визнаються: суб’єкти господарювання – юридичні особи, що обрали спрощену систему оподаткування; фізичні особи-підприємці, у тому числі такі, що обрали спрощену систему оподаткування, та фізичні особи, які провадять незалежну професійну діяльність (п. 133.1 ПКУ);

– при отриманні прибутку від контрольованої іноземної компанії визнаються: суб’єкти господарювання – юридичні особи, що обрали спрощену систему оподаткування (п. 133.1 ПКУ);

– юридичні особи, що створенні відповідно до законодавства інших країн (іноземні компанії) та мають місце ефективного управління на території України (пп. 133.1.5 ПКУ).

3) Включено нові об'єкти оподаткування податком на прибуток:

– дохід, отриманий від азартних ігор з використанням гральних автоматів (пп. 134.1.6 ПКУ);

– скоригований прибуток контрольованої іноземної компанії (пп. 134.1.7. ПКУ).

4) Внесено зміни у податковий облік основних засобів:

– для цілей податкового обліку вважається об'єкт основного засобу вартістю понад 20 000 грн, який буде вводитися в експлуатацію з 23.05.2020 року (пп. 14.1.138 ПКУ);

– Не нараховується амортизація за період невикористання (експлуатації) основних засобів у господарській діяльності у зв'язку з їх модернізацією, реконструкцією, добудовою, дообладнанням та консервацією (пп. 138.3.1 ПКУ);

– Додатково запроваджується прискорена амортизація основних засобів на період 2020–2030 рр., але з низкою критерій для застосування (п. 43 ПКУ).

5) Доповнено перелік податкових різниць (табл. 2).

Таблиця 2 – Оновлений перелік податкових різниць 2020 року

Податкові різниці, що збільшують фінансовий результат до оподаткування:	Фінансовий результат до оподаткування зменшується:
На суму 30 відсотків вартості товарів, у тому числі необоротних активів, робіт та послуг реалізованих на користь нерезидентів, зареєстрованих в низькоподаткових юрисдикціях та нерезидентів, організаційно-правова форма яких включена до переліку, затвердженого Кабінетом Міністрів України (пп. 140.5.4. ПКУ)	Платником податку – правонаступником на суму від'ємного значення об'єкта оподаткування платника податку, що реорганізується шляхом: приєднання, злиття, перетворення, поділу, виділу, якщо такі платники були пов'язаними особами більше, ніж вісімнадцять послідовних місяців до дати завершення приєднання (злиття) (пп. 140.4.5. ПКУ)
На суму штрафів, пені, нарахованих контролюючими органами та іншими органами державної влади за порушення вимог законодавства (пп. 140.5.11. ПКУ)	На суму нарахованих доходів у вигляді дивідендів на користь платника від контрольованої іноземної компанії (пп. 140.4.2. ПКУ)

Продовж. табл. 2

Податкові різниці, що збільшують фінансовий результат до оподаткування:	Фінансовий результат до оподаткування зменшується:
На суму витрат, понесених платником податків при здійсненні операцій з нерезидентами, якщо такі операції не мають ділової мети (пп. 140.5.15 ПКУ)	На суму нарахованих на користь платника доходів у вигляді дивідендів та від участі (не менше 10 %) в капіталі нерезидентів, які не входять до переліку держав низькоподаткових юрисдикцій (пп. 140.4.3. ПКУ)
На суму нарахування резерву очікуваних кредитних збитків (пп. 139.2.1 ПКУ)	

Висновки. Отже, податкові різниці, повинні бути правильно визначені, адже це має принципове значення при оподаткуванні прибутку підприємства, тому що вони будуть або збільшувати або зменшувати бухгалтерський фінансовий результат, на який нараховується податок на прибуток у розмірі 18 %. Окремі елементи, що стосуються податкових різниць, повинні бути прописані в наказі про облікову політику, щоб не допустити зловживань з боку посадових осіб.

Список використаних джерел

1. Податковий кодекс України [Електронний ресурс] : Закон України № 2755-VI від 02.12.2010 р. – Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2755-17.
2. Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо вдосконалення адміністрування податків, усунення технічних та логічних неузгодженостей у податковому законодавстві [Електронний ресурс] : Закон України № 466 від 16.01.2020 р. – Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/466-20#Text.
3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 17 «Податок на прибуток» [Електронний ресурс] : Наказ Міністерства фінансів України від № 353 від 28.12.2000 р. – Режим доступу: http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0047-01.

ОРГАНІЗАЦІЯ СИСТЕМИ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Н. Г. Савченко, *магістр спеціальності Облік і оподаткування освітня програма «Облік і аудит»*
Є. А. Карпенко, *к. е. н., доцент – науковий керівник*

Анотація. У статті з’ясовано сутність, мету та завдання внутрішнього контролю. Визначено принципи внутрішнього

контролю та етапи впровадження внутрішнього контролю на підприємстві.

Ключові слова: внутрішній контроль, контроль, організація, принципи.

Abstract. The article clarifies the essence, purpose and objectives of internal control. The principles of internal control and stages of implementation of internal control at the enterprise are determined.

Keywords: internal control, control, organization, principles.

Постановка проблеми. Ринкові умови господарювання характеризується високою динамічністю змін, спричинених нестабільною політичною, соціальною та економічною ситуацією, зростаючою конкуренцією, низьким рівнем рентабельності тощо. У таких умовах підприємствам потрібно знаходити нові комбінації до ведення бізнесу, найбільш ефективно використовувати активи з метою збільшення власної економічної стійкості й конкурентоспроможності. Одним із головних потенційних джерел збільшення прибутковості господарюючого суб'єкта може вважатися високоефективна система внутрішнього контролю.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Дослідженню проблем організації внутрішнього контролю на підприємствах, значну увагу приділили у своїх працях вітчизняні вчені: Л. В. Гуцаленко, Є. А. Карпенко, М. Д. Корінько, Л. М. Шимановська-Діанич та інші. Проте віддаючи належне науковим розробкам провідних вчених, слід відзначити, що ряд аспектів організації внутрішнього контролю на підприємстві потребують подальшого дослідження.

Формулювання мети. Метою статті є визначення принципів та розкриття концептуальних основ створення ефективної системи внутрішнього контролю.

Виклад основного матеріалу дослідження. Складність сучасних умов діяльності вітчизняних підприємств, як то посилення конкуренції, фінансові та політичні кризи, ускладнення бізнес-процесів тощо, формують нові вимоги до системи внутрішнього контролю. Оскільки контроль є гарантією успішної діяльності підприємства та спрямований на забезпечення основних показників його ефективності, то він повинен бути присутнім на всіх рівнях управління [1].

Внутрішній контроль – це безперервна і повторювана в часі послідовність взаємопов'язаних дій, що здійснюються у вста-

новленому порядку і реалізуються за допомогою сукупності організаційних, економічних та технічних методів і прийомів для мінімізації ризику і надання інформації щодо відхилень фактичного стану процесу від бажаного і його відповідності законам, стандартам, регламентам чи прийнятим управлінським рішенням [2].

Внутрішній контроль на підприємстві впроваджують з метою виявлення можливих відхилень запланованих показників, визначення причин цих відхилень та розробки заходів щодо їх усунення на всіх етапах управління підприємством.

Як функція управління внутрішній контроль, є засобом зворотного зв'язку між об'єктом й органом управління. Його призначення полягає у забезпеченні інформування про дійсний стан об'єкта та фактичне виконання управлінських рішень.

Основною метою внутрішнього контролю як функції управління на виробничих підприємствах є забезпечення:

– планового здійснення виробничого процесу;
– стандартів якості продукції, що випускається;
– ефективності діяльності підприємства;
– фінансової конкурентоспроможності підприємства;
– гарантій належного виконання управлінського рішення;
– встановлення зворотного зв'язку в процесі управління.

Метою досягнення основних показників ефективності внутрішнього контролю в системі управління підприємством є реалізація таких завдань:

– відповідність фактичної господарської діяльності визначеним раніше: програмі дій та стратегії діяльності підприємства;

– фінансово-економічна, ринкова і правова стійкість підприємства;

– збереженість ресурсів і потенціалу підприємства;

– якість первинної інформації (повнота і точність первинних документів) для успішного керівництва і прийняття ефективних управлінських рішень;

– правильна реєстрація й обробка фінансово-господарських операцій організації: наявність, повнота, арифметична точність, рознесення за рахунками, формальний дозвіл, тимчасова визначеність, відображення і розкриття даних у звітності;

– раціональне й ощадливе використання усіх видів ресурсів;

– спроможність дотримання працівниками підприємства вимог, правил і процедур, які встановлені адміністрацією: положень про підрозділи, посадових інструкцій, правил поведінки, планів документації і документообігу, планів організації праці, наказу про облікову політику, інших наказів і розпоряджень;

– дотримання вимог законодавства і підзаконних актів, виданих органами влади і її суб'єктів, а також уповноваженими органами місцевого самоврядування тощо [3, с. 145].

Об'єкт внутрішнього контролю – це керована ланка системи управління підприємством, яка сприймає контрольний вплив. До об'єктів внутрішнього контролю можна віднести:

– людські, фінансові, матеріальні, нематеріальні та інформаційні ресурси підприємства;

– засоби і системи інформатизації;

– технічні засоби та системи охорони й захисту матеріальних та інформаційних ресурсів;

– управлінські рішення;

– процеси, що відбуваються на підприємстві або поза ним, якщо вони мають до нього певне відношення;

– результати функціонування підприємства;

– аспекти часу.

З метою ефективного функціонування системи внутрішнього контролю він повинен бути організований на чітко визначених принципах.

Аналіз вітчизняної та іноземної літератури дозволив узагальнити основні принципи системи внутрішнього контролю, які взаємопов'язані між собою, а порядок їх поєднання залежить від конкретних обставин:

1. Принцип відповідальності – неналежне виконання контрольних функцій будь-яким суб'єктом внутрішнього контролю має бути упереджено системою економічної, адміністративної та дисциплінарної відповідальності.

2. Принцип збалансованості – нерозривно пов'язаний з попереднім: за кожним суб'єктом контролю закріплено відповідний обсяг прав і обов'язків.

3. Принцип своєчасного повідомлення про відхилення – інформування уповноважених осіб про відхилення повинно відбуватися у максимально короткі терміни з метою оперативного прийняття управлінських рішень.

4. Принцип інтеграції – так як елементи управління не існують відокремлено, то контроль розглядається у взаємозв'язку з іншими елементами в єдиній системі процесу управління.

5. Принцип відповідності контролюючої та контрольованої систем – складність системи внутрішнього контролю має відповідати складності підконтрольної системи, оскільки тільки розвинутий контрольний механізм може надавати ефективні результати за розгалуженою підконтрольною системою.

6. Принцип сталості – своєчасне виявлення відхилень та їх попередження можливе лише при постійному функціонуванні системи внутрішнього контролю

7. Принцип комплексності – загальна ефективність внутрішнього контролю залежить від охоплення перевіркою об'єктів різного типу, а не обмежуватися вузьким колом об'єктів.

8. Принцип узгодженості пропускних спроможностей різних ланок системи внутрішнього контролю – система внутрішнього контролю має забезпечити узгоджену передачу даних між різними взаємопов'язаними об'єктами.

9. Принцип поділу обов'язків – розподіл функцій між службовцями повинен відбуватися пропорційно та не об'єднувати в собі санкціонування операцій з певними активами, реєстрація даних операцій, забезпечення збереження даних активів, здійснення їх інвентаризації.

10. Принцип дозволу і схвалення – в межах повноважень відповідальних осіб системи внутрішнього контролю необхідно забезпечити формальний дозвіл та формальне схвалення.

Побудова ефективно функціонуючої системи внутрішнього контролю на підприємстві передбачає здійснення наступних етапів організаційної роботи:

І етап. Моніторинг умов господарювання на відповідність цілям функціонування підприємства, прийнятого раніше векторного плану дій, стратегії і тактики господарської діяльності в розрізі її видів, розмірів і організаційної структури управління, з її можливостями.

ІІ етап. Розроблення та документальне закріплення нової ділової концепції підприємства, а також комплексу заходів, які спроможні привести цю ділову концепцію до розвитку і вдосконалити підприємство, успішно реалізувати його мету, зміцнити його позицій на ринку. До таких документів варто віднести положення про фінансову, виробничо-технологічну, інновацій-

ну, постачальницьку, збутову, інвестиційну, облікову та кадрову політику, які необхідно розробляти на основі ґрунтовного аналізу кожного елемента політики і вибору з наявних альтернатив найбільш прийнятних для даного підприємства, що дозволить здійснювати попередній, поточний і наступний контроль всіх аспектів її функціонування, відображених у відповідних пунктах (елементах) політики.

III етап. Здійснення аналізу ефективності існуючої структури управління та її коригування. За цим етапом необхідно сформувати положення про організаційну структуру управління, з детальним описом всіх організаційних ланок та зазначенням всіх видів підпорядкованості (адміністративної, функціональної, методичної), ідентифікацією векторів їх діяльності, функцій, які вони виконують, регламентувати їх комунікації, права та відповідальність, відображати розподіл видів продукції, ресурсів, функцій управління щодо вказаних ланок. Те ж саме відноситься і до положень про різні структурні підрозділи (відділи, бюро, групи тощо) до планів організації праці їх працівників: опрацюванню підлягають план документації і документообігу, штатний розпис, посадові інструкції.

IV етап. Розроблення формальних типових процедур контролю конкретних фінансових і господарських операцій, що дозволить впорядкувати взаємовідносини працівників з приводу контролю фінансово-господарської діяльності, ефективно управляти ресурсами, оцінювати рівень достовірності (якості) інформації для прийняття управлінських рішень.

V етап. Організація відділу внутрішнього контролю (або іншого спеціалізованого контрольного підрозділу).

VI етап. Визначення шляхів вдосконалення системи внутрішнього контролю враховуючи перманентний розвиток підприємства та умови його функціонування (внутрішніх і зовнішніх), що безперервно змінюються.

Висновки. Винесені автором пропозиції дозволять організувати ефективну систему внутрішнього контролю, яка буде виявляти та попереджати недоліки у стані безпеки, надійності й ефективності роботи підприємства.

Список використаних джерел

1. Шевчук В. О., Пилипенко І. І. Проблеми концептуалізації контролю еколого-економічних систем Фінанси, облік і аудит : зб. наук. пр. КНЕУ. Спеціальний випуск. 2006. № 5. С. 397–401.

2. Шимановська-Діанич Л. М., Карпенко Є. А. Процесно-орієнтоване управління та внутрішній контроль на підприємствах роздрібної торгівлі : монографія. Полтава : ПУЕТ, 2011. 288 с.
3. Дікань Л. В. Контроль і ревізія : навч. посіб. Київ : Центр навч. л-ри, 2004. 245 с.

УДК 657.42:[658:69]

НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ПРИМІТОК ДО РІЧНОЇ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ ЩОДО НЕОБОРОТНИХ АКТИВІВ ТА РЕЗЕРВІВ

А. Ю. Фандєєва, *магістр спеціальності Облік і оподаткування освітня програма «Облік і аудит»*
Є. А. Карпенко, *к. е. н., доцент – науковий керівник*

Анотація. У статті з'ясовано, що у формі 5 «Примітки до річної фінансової звітності» наводиться не вся інформація, яку потрібно розкривати відповідно до вимог П(С)БО. Виходячи з цього визначено напрями удосконалення Приміток до річної фінансової звітності щодо основних засобів, інвестиційної нерухомості, капітальних інвестицій та резервів.

Ключові слова: звітність, облік, основні засоби, необоротні активи, Примітки до річної фінансової звітності, резерви.

Abstract. The article clarifies that form 5 "Notes to the annual financial statements" does not contain all the information that needs to be disclosed in accordance with the requirements of UAS. Based on this, the directions of improvement of notes to the annual financial statements are determined.

Keywords: accounting, fixed assets, non-current assets, notes to the annual financial statements, reporting, reserves.

Постановка проблеми. Значний масив даних щодо господарської діяльності підприємства міститься в системі бухгалтерського обліку. Для надання інформації про результати діяльності суб'єкта господарювання дані поточного обліку необхідно узагальнити в певній системі показників, що досягається шляхом складання звітності. Примітки до річної фінансової звітності є важливою інформаційною базою, що інтерпретує, розширює та доповнює основні форми фінансової звітності та формує релевантну інформацію для менеджменту підприємства.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Дослідженню проблем складання фінансової звітності, в тому числі приміток

до неї, значну увагу приділили у своїх працях відомі вітчизняні вчені: Ю. А. Верига, С. Ф. Голов, Л. В. Гуцаленко, В. М. Жук, Т. Г. Камінська, О. М. Петрук, Н. В. Прохар та інші. Проте віддаючи належне науковим розробкам провідних вчених, слід відзначити, що ряд аспектів стосовно розвитку Приміток до фінансової звітності, як елементу повноти висвітлення інформації, потребують подальшого дослідження.

Формулювання мети. Метою статті є визначення напрямів удосконалення Приміток до річної фінансової звітності.

Виклад основного матеріалу дослідження. На основі аналізу форми 5 «Примітки до річної фінансової звітності» [1] ми дійшли висновку, що у ній розкривається не вся інформація, яку вимагається розкривати за П(С)БО, які регулюють облік окремих об'єктів.

Одним з недоліків Приміток до річної фінансової звітності є те, що в них відображають дані про наявність, надходження, вибуття та зміну вартості лише основних засобів, які обліковуються на балансі підприємства.

Водночас переважну частину основних засобів у період становлення підприємства та певну їх частку протягом усього періоду його функціонування використовують на умовах операційної оренди та лізингу, а інформацію щодо цих засобів наводять лише одним рядком, що не дає можливості проаналізувати їх склад, структуру та показники використання, не наводяться строки сплати оренди, сума помісячних виплат орендодавцям.

У зв'язку з цим доцільним є доповнення розділ II Приміток до річної фінансової звітності ще однією таблицею, в якій буде наводитися інформацію щодо наявності, руху та використання орендованих основних засобів.

Ще одним недоліком Приміток до річної фінансової звітності є те, що вартість основних засобів, призначених для продажу розглядається як процес вибуття і наводиться у графі 8 розділу II. На нашу думку, їх слід відображати в складі необоротних активів в графі 14, а під табличною формою розділу II «Основні засоби» доцільно виділити окремим рядком такий уточнений показник – із рядка 260 графа 14 «вартість основних засобів призначених для продажу».

Слід відмітити що наявність і рух інвестиційної нерухомості знаходить своє відображення у балансі, та Примітках до річної фінансової звітності підприємства. Але у цих формах не

відображається вся інформація, яку необхідно надавати згідно з П(С)БО 32 та МСБО (IAS) 40. Тому необхідним є удосконалення Примітки стосовно інвестиційної нерухомості.

На нашу думку у розділі II «Основні засоби» Приміток некоректним є наведення інформації щодо інвестиційної нерухомості. Такі дані повинні відображатися в окремому розділі. Крім того інформацію щодо капітальних інвестицій в інвестиційну нерухомість доречно подавати окремим рядком до розділу III «Капітальні інвестиції».

На нашу думку, доки законодавчо не введено розділу щодо інвестиційної нерухомості до Приміток до річної фінансової звітності підприємствам необхідно надавати таку інформацію у довільному форматі.

Вся інформація про інвестиційну нерухомість, відображення якої в Примітках до річної фінансової звітності є необхідним згідно з П(С)БО 32 може бути розподілена на такі групи:

– інформація щодо інвестиційної нерухомості, яка не залежить від обраного методу оцінки;

– інформація щодо інвестиційної нерухомості, яка оцінюється за справедливою вартістю;

– інформація щодо інвестиційної нерухомості, яка оцінюється за первісною вартістю, зменшеною на суму нарахованої амортизації з урахуванням втрат від зменшення корисності та вигод від її збільшення.

Докладне вивчення розділу 5 Приміток «Доходи і витрати» показало, що в ньому не знайшли відображення витрати на дослідження і розробки. Дані по оборотах до більшості субрахунків рахунку 94 «Інші операційні витрати» наводяться в рядках 440–480 Приміток.

Тому заслуговує на увагу пропозиція І. Жураковської [2], яка рекомендує розділ 5 доповнити рядком 493 «Витрати на дослідження і розробки», що не буде враховуватись у загальному підсумку.

На її думку для відображення всіх прав, якими володіє підприємство щодо інтелектуальної власності, доцільно назви рядків 030, 040, 050 та 060 Приміток змінити відповідно до законодавства і класифікації, яку використовує Державний департамент інтелектуальної власності, а в Примітках об’єкти інтелектуальної власності відображуватимуться в таких рядках:

– права на комерційне позначення (рядок 030);

– об’єкти інтелектуальної власності, що охороняються патентами (рядок 040);

– об’єкти авторського права і суміжного з ним права (рядок 050);

– інші об’єкти інтелектуальної власності (рядок 060) [2].

Відмітимо, що у сучасній фінансовій звітності не показано характер отриманих прав на об’єкти інтелектуальної власності: виключні чи невиключні.

Тому поділяємо думку науковців, які рекомендують у рядках 030–060 Приміток відображувати тільки виключні майнові права на об’єкти інтелектуальної власності, невиключні слід узагальнювати окремо. Для цього назву рядка 020 «Права користування майном» доцільно доповнити словами «та об’єктами інтелектуальної власності».

Проведені дослідження підтверджують, що на сьогодні обсяги використання виключних (підприємство володіє всіма правами на об’єкт) і невиключних (права обмежені часом, територією або обсягом) прав не простежується у звітності, що підкреслює важливість внесення змін до фінансової звітності.

Крім того, перегляду потребує відображення у звітності позабалансових рахунків обліку об’єктів інтелектуальної власності на відповідність його наведеним у Примітках положенням. Більшість досліджених науковцями [21] підприємств мають об’єкти інтелектуальної власності, які не оцінені.

З огляду на наші рекомендації щодо відображення їх перед оцінкою на позабалансових рахунках за сумою реєстраційних витрат або першого платежу пропонуємо зазначати їх окремим рядком у Примітках до звітності 086 «Нематеріальні активи в процесі оцінки».

Інформація про забезпечення розкривається у VII розділі «Забезпечення і резерви» Приміток до річної фінансової звітності. Проте забезпечення є одним із видів резервів, а тому назва VII розділу «Забезпечення і резерви» є некоректною, тому що така назва відокремлює забезпечення зі складу резервної системи підприємства. На нашу думку вдалою є назва VII розділу «Резерви», що вміщує в себе і забезпечення майбутніх витрат та платежів, і резерв сумнівних боргів.

Наша думка підтверджується тим, що елементами резервної системи підприємства є забезпечення майбутніх витрат і платежів, резерв сумнівних боргів, резервний капітал, страхові резерви, які підлягають розкриттю у сьомому розділі Приміток.

Науковці стверджують, що чинна на сьогодні форма Приміток, по-перше, не відображає резерви, сформовані на підприємстві, як цілісну систему, по-друге, не надає можливості користувачам, як зовнішнім, так і внутрішнім, проводити аналіз стану цієї системи, по-третє, не дає можливості управлінському персоналу здійснювати своєчасний контроль за формуванням та використанням зарезервованих коштів.

Про недосконалість структури Приміток у частині недостатності їх інформативності щодо резервів як для зовнішніх, так і внутрішніх користувачів фінансової звітності пише М. О. Козлова: «У Примітках до річної фінансової звітності та Пояснювальній записці повинна бути представлена аналітична робота підприємства щодо класифікації та визначення резервів, визначення показників ліквідності, ризиків та дохідності. Це, на нашу думку, надасть змогу підвищити достовірність та інформативність фінансової звітності для зовнішніх та внутрішніх користувачів» [3].

Відмітимо, що факт недосконалості Приміток М. О. Козлова підкреслює, але ж шляхів вирішення вказаної проблеми не наводить.

Ми пропонуємо в VII розділі Приміток наводити дані про всі види резервів, сформовані на підприємстві з наступних можливих:

– забезпечення оплати відпусток працівникам;

– забезпечення наступних витрат на додаткове пенсійне забезпечення;

– забезпечення наступних витрат на виконання гарантійних зобов’язань;

– забезпечення наступних витрат на реструктуризацію; забезпечення наступних витрат на виконання зобов’язань щодо обтяжливих контрактів;

– забезпечення призового фонду; резерв на виплату джекпоту, не забезпеченого сплатою участі у лотереї; забезпечення матеріального заохочення;

– забезпечення відновлення земельних ділянок; забезпечення майбутніх витрат на ремонт власних основних засобів; забезпечення інших витрат і платежів;

– резерв сумнівних боргів;

– страхові резерви;

– резервний капітал.

Варто зазначити, що порядок розташування рядків є невипадковим: статті резервів відображено в порядку, що відповідає методиці заповнення Звіту про фінансовий результат, тобто відповідно до порядку визначення фінансового результату, а потім його використання.

За Міжнародним стандартом бухгалтерського обліку 1 «Подання фінансових звітів» [4] зобов'язання, для виконання яких сформовані забезпечення, поділяються на поточні та довгострокові.

Тому вважаємо доцільним суб'єктам господарювання із загального обсягу забезпечень виділяти ту частину, що, як очікується, буде використана протягом наступного фінансового року.

У зв'язку із цим у типовій формі Приміток, по-перше, кожен з стовпчиків залишків резервів на початок та кінець року доцільно поділити на два стовпчики: «Разом» і «У т. ч. на погашення поточних передбачуваних зобов'язань».

Запропонована структура розділу VII Приміток, на нашу думку, надасть можливості:

– відображати резерви в звітності як цілісну систему;

– проводити аналіз стану резервної системи підприємства в цілому і в розрізі її складових, визначати ступінь ефективності або неефективності процесу резервування, розробляти перелік заходів щодо покращення платоспроможності та фінансової стійкості підприємства, оскільки саме на це спрямоване формування резервів;

– здійснювати контроль за формуванням (поповненням) та використанням зарезервованих коштів (деякі види резервів, наприклад, забезпечення, мають суворо цільовий характер використання);

– отримувати інформацію про очікувані періоди використання (відтоку) зарезервованих коштів.

Висновки. Винесені автором пропозиції щодо удосконалення Приміток до річної фінансової звітності в частині необоротних активів та резерві дозволять підвищити аналітичність облікових даних та посилити контрольні функції бухгалтерського обліку.

Список використаних джерел

1. Про примітки до річної фінансової звітності [Електронний ресурс] : Наказ Мінфіну України від 29.11.2000 р. № 302 URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0904-00#Text (дата звернення: 24.09.2020).
2. Жураковська І. Відображення прав на об'єкти інтелектуальної власності у звітності. Бухгалтерський облік і аудит: науково-практичний журнал. 2009. № 11. С. 50−57.
3. Козлова М. О. Облік і контроль процесу резервування (на прикладі діяльності великих промислових підприємств України) : дис. … канд. екон. наук: 08.06.04 / М. О. Козлова. Житомир, 2005. 330 с.
4. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 1 «Подання фінансових звітів». URL: www.minfin.gov.ua (дата звернення: 24.09.2020).

УДК 657.411:658.147

КЛАСИФІКАЦІЯ ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ: ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНИЙ АСПЕКТ

К. А. Яновська, *магістр спеціальності Облік і оподаткування освітня програма «Облік і аудит»*
Є. А. Карпенко, *к. е. н., доцент – науковий керівник*

Анотація. Проведено теоретичний аналіз досліджуваної проблеми.

Виявлено, що діюча класифікація власного капіталу в більшій мірі суперечить міжнародним вимогам і потребує певного коригування та удосконалення. Для приведення класифікації власного капіталу, як об'єкта обліку до вимог МСБО, запропоновано в його структурі виділити інвестований, накопичений, резервний та потенційний капітал, що дасть можливість удосконалити методику ведення бухгалтерського обліку в цілому

Ключові слова: активи, власний капітал, власність, майно, капітал.

Abstract. Conducted theoretical analysis of the research problem. It was found to that operating classification of own capital, that in a greater measure conflicts with international requirements, needs

certain adjustment and improvement. To bring the classification own capital, as an object of the to the requirements of IFRS, suggest in his structure to distinguish the capital invested, accumulated, reserve and potential, that will give an opportunity to perfect methodology of conduct of accountancy on the whole invested.

Keywords: assets, capital, equity, property, property.

Постановка проблеми. Власний капітал підприємства, за сучасних умов господарювання, набуває надзвичайної ваги, оскільки він є одним із найважливіших та найістотніших показників для підприємства, адже втілює забезпеченість коштами для функціонування підприємства, його платоспроможність та кредитоспроможність. Одним із пріоритетних завдань бухгалтерського обліку є достовірне та повне відображення в ньому та розкриття в фінансовій звітності прав власників. Важливу роль в удосконаленні обліку прав власників відіграє дослідження підходів до класифікації власного капіталу.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Дослідженню проблем обліку власного капіталу значну увагу приділили у своїх працях відомі вітчизняні вчені: Ю. А. Верига, М. М. Орищенко, Ф. Ф. Бутинець, С. Ф. Голов та інші. Проте, віддаючи належне науковим розробкам провідних учених, слід відзначити, що ряд аспектів стосовно класифікації власного капіталу для цілей обліку потребують подальшого дослідження.

Формулювання мети. Метою статті є формування класифікації власного капіталу для цілей обліку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Найбільш доречною класифікацією власного капіталу для прийняття рішень користувачами фінансових звітів є та, яка зазначає правові або інші обмеження здатності суб’єкта господарювання розподіляти чи використовувати іншим чином власний капітал. Така класифікація може також відображати той факт, що сторони з часткою власності в суб’єкті господарювання мають різні права на отримання дивідендів або на повернення капіталу.

Саме за цим підходом наведена класифікація власного капіталу у Концептуальній основі фінансової звітності [1]. Згідно цього документу власний капітал поділяється на підкласи, наприклад, в акціонерному товаристві власний капітал має такі підкласи: кошти, внесені акціонерами; нерозподілений прибуток; резерви, які відображають асигнування нерозподіленого

прибутку; резерви, які відображають коригування збереженого капіталу [1].

Від того, як трактується природа капіталу, буде й залежати структура власного капіталу. В Україні до джерел формування власного капіталу належать безоплатно отримані активи, суми, внесені акціонерами, суми переоцінок, нерозподілений прибуток.

Відмітимо, що структура власного капіталу і зарубіжних країнах досить різноманітна.

У Великобританії до власного капіталу відносять: суми акціонерного капіталу за звичайними акціями, резерви та довгострокову заборгованість.

У США до власного капіталу входить: внесений (сплачений) капітал, нерозподілений дохід (накопичена сума доходу за вирахуванням усіх збитків та дивідендів, виплачених акціонерам), акціонерний капітал (суми інвестицій акціонерів і нерозподіленого доходу).

До складових власного капіталу у Франції відносять: початковий внесок до акціонерного капіталу, що є постійною заборгованістю по відношенню до власника, фінансовий результат, резерви.

Власний капітал у Німеччині складається зі статутного капіталу, резервного капіталу, передбаченого прибутку (збитку) на наступний рік, річного надлишку (річного збитку).

У Польщі власний капітал складається зі статутного капіталу, неоплаченого капіталу, додаткового капіталу, резервів на переоцінку активів, іншого резервного капіталу, нерозподіленого прибутку, чистого прибутку або збитку фінансового року [2, с. 286–296].

На основі вивчення наукової літератури ми дійшли висновку, що вітчизняні науковці виділяють такі класифікаційні ознаки власного капіталу:

1. Залежно від джерела формування:

а) вкладений капітал – це капітал, внесений власниками підприємства (статутний капітал, пайовий капітал, додатково оплачений капітал). Сума вкладеного капіталу може збільшуватися також внаслідок конвертування боргових зобов’язань підприємства в акції або частки (паї);

б) накопичений капітал – це капітал, отриманий у процесі діяльності підприємства. Він включає:

– капітал в дооцінках – додатковий капітал, сформований на підприємстві відповідно до оцінки активів, яка здійснюється у випадках, передбачених чинним законодавством, та відповідно до положень бухгалтерського обліку;

– дарчий капітал – додатковий капітал, отриманий підприємством від інших юридичних та фізичних осіб у вигляді безоплатно одержаних активів (додатково отриманий капітал);

– нерозподілений прибуток – частина прибутку, що не була розподілена між власниками.

2. За ступенем фіксації:

– зареєстрований капітал – умовно постійний капітал, сума якого визначається в установчих документах (статутний капітал, пайовий капітал);

– незареєстрований капітал – умовно змінний капітал, який включає додатковий капітал та нерозподілений прибуток.

Слід також відмітити, що за окремими видами підприємств існують законодавчо закріплені мінімальні розміри зареєстрованого капіталу.

За критерієм персоніфікації зареєстрований капітал є персоніфікованим капіталом (тобто капіталом з визначеними частками та їх власниками), а незареєстрований є не персоніфікованим (тобто визначеним лише в загальній вартості його елементів та належним усім співвласникам підприємства).

Найбільш поширенішою для цілей обліку є класифікація власного капіталу, яка базується на вимогах законодавства.

Згідно з НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», власний капітал містить такі складові: зареєстрований капітал, капітал у дооцінках, додатковий капітал, резервний капітал, нерозподілений прибуток (непокритий збиток), неоплачений капітал і вилучений капітал [3].

У результаті досліджень ми прийшли висновку, що така класифікація є однобокою і висвітлює не всі сторони власного капіталу, необхідні для обліку та управління тим.

Тому ми пропонуємо доповнити існуючу у Н(П)СБО 1 класифікацію власного капіталу за формою та рівнем відповідальності (табл. 1).

Таблиця 1 – Класифікація власного капіталу за формою та рівнем відповідальності

Класифікація власного капіталу за формою		Класифікація власного капіталу за рівнем відповідальності	
Вид капіталу	Характеристика	Вид капіталу	Характеристика
Інвестований капітал	Сума простих та привілейованих акцій за їх номінальною вартістю додатково вкладений капітал	Зареєстрований капітал	Сума визначена в установчих документах і підлягає обов'язковій реєстрації у державному реєстрі
Подарований капітал	Безоплатно отримані активи, безповоротна допомога		
Нерозподілений прибуток	Частина прибутку, отримана внаслідок ефективної діяльності підприємства, що не була розподілена між акціонерами, а реінвестована у підприємство	Додатковий капітал	Не реєстрований капітал, тобто додатково вкладений капітал, резервний капітал, нерозподілений прибуток

Класифікація власного капіталу за формою дозволяє визначити частину капіталу, який був інвестований засновниками, одержаний безоплатно або зароблений протягом звітного періоду.

Класифікація за рівнем відповідальності дає змогу ранжувати капітал на юридично закріплений в установчих документах та нерегламентований як обов'язковий чинним законодавством.

Висновки. Винесені автором пропозиції щодо удосконалення класифікації власного капіталу дозволять підвищити аналітичність облікових даних.

Список використаних джерел

1. Концептуальна основа фінансової звітності, видана РМСБО у вересні 2010 р. URL : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_009#Text (дата звернення: 24.09.2020).
2. Бутинець Ф. Ф., Горецька Л. Л. Бухгалтерський облік у зарубіжних країнах. Житомир : ПП «Рута», 2002. 544 с.

3. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» : Наказ Міністерства фінансів України від 07.02.2013 р. № 73. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13/page (дата звернення: 24.09.2020).

ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ

Освітня програма «Публічні закупівлі»

УДК 346/22

ОКРЕМІ АСПЕКТИ СТАНУ ПУБЛІЧНИХ ЗАКУПІВЕЛЬ В УКРАЇНІ

Р. В. Ляхно, *магістр спеціальності 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність освітня програма «Публічні закупівлі»*
А. І. Мілька, *к. е. н. доцент – науковий керівник*

Анотація. Державні закупівлі є важливим елементом управління національною економікою та важливим інструментом її регулювання, водночас в цій сфері є ряд невирішених питань. Зокрема, створення електронної системи торгів, яка дозволить мінімізувати вартість і час закупівель. Впровадження електронної системи публічних торгів в Україні – один з перспективних напрямків гармонізації української системи державних закупівель до стандартів ЄС. У статті аналізуються перспективи трансформації системи державних закупівель України в електронний формат.

Ключові слова: державна закупівля, система публічних торгів, процедура публічних закупок.

Abstract. It has been established that public procurement is an important element of the national economy management and an important tool for its regulation, but there are a number of unresolved issues in this area. In particular, the creation of an electronic bidding system that will minimize the cost and time of procurement. The introduction of an electronic public bidding system in Ukraine is one of the promising areas of harmonization of the Ukrainian public procurement system with EU standards. The article analyzes the prospects for the transformation of Ukraine's public procurement system into an electronic format.

Keywords: public procurement, public bidding system, public procurement procedure.

Постановка проблеми. В умовах сучасної економічної ситуації потрібно визначити стан, роль і можливість вдосконалення механізму здійснення публічних закупівель в Україні. Одним з ефективних способів збалансування держаного бюджету в сучасних умовах економіки вважається інститут публічних закупівель, завдяки якому держава має змогу забезпечувати свої потреби за єдиною системою.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Питання удосконалення державної закупівлі досліджували такі науковці, як: Я. В. Бережний, В. С. Бєлих, О. М. Вінник, О. П. Віхров, Є. П. Губін, Л. М. Дешко, В. В. Добровольська, Д. О. Жмуліна, Д. В. Задихайло, І. В. Запатріна, Т. А. Лавренюк, Т. А. Латковська, О. Е. Ліллемяе, Д. В. Лічак, В. К. Малолітнева, В. К. Мамутов, В. М. Пашков, Д. А. Петров, О. П. Подцерковний, В. В. Поєдинок, В. Ф. Попондопуло, Г. В. Смолин, В. А. Устименко, О. Г. Хрімлі, В. В. Чайковська, І. В. Чехова, Р. І. Шабанов, В. В. Шпаков, В. С. Щербина, О. Х. Юлдашев, І. М. Ямкова тощо. Однак актуальних наукових досліджень, присвячених розробленню пропозицій з удосконалення механізму у сфері публічної закупівлі, на сьогодні бракує. З огляду на це, питання вдосконалення спрощення і прозорості регулювання зазначеної сфери залишаються відкритими і потребують наукової розробки.

Формулювання мети. Метою статті є дослідження стану та проблем публічних закупівель в Україні. Визначальною метою політики у сфері державних закупівель має бути формування системи, яка зможе забезпечити прозорість, відкритість, конкурентність та сприятиме максимальній продуктивності та раціональному використанню державних коштів суб’єктами господарювання. Конкурентні ціни, технології і характеристики предметів закупівлі гарантують, що держава забезпечить суспільство найкращими товарами і послугами. Крім того, конкуренція на ринку державних закупівель є невід’ємним компонентом конкурентної політики держави та здорової економіки [1].

Виклад основного матеріалу дослідження. Однією з ключових проблем у сфері державних закупівель є недосконале законодавче регулювання організаційно-правових відносин між учасниками торгів. Однак, поруч з цим залишаються невирі-

шеними ряд питань, наприклад, встановлення цінової політики для проведення конкурсних торгів. О. С. Мельниковим зауважено, що ціни для застосування процедури проведення торгів збільшувались, тобто це залежить від інфляції в країні, що властива економіці кожної держави в цілому.

О. С. Мельников відзначив, що закупівля товарів, робіт, послуг, як правило, проводиться з організації конкурсних торгів. Також, конкурсні торги є одним з найбільш популярних методів сучасної торгівлі [2]. Справді, за допомогою такого методу можливо здійснити конкурентний відбір учасників з цілями обрати найкращу пропозицію, що буде сприяти ощадливому використанню державних коштів.

Реформа державних закупівель широко набрала оберти. Уже сьогодні можна казати про широку підтримку даної ініціативи. 25 грудня 2015 року Президентом України був підписаний Закон «Про публічні закупівлі» № 922-VIII. Законом передбачається запровадження електронної системи закупівель для всіх державних закупівель товарів та послуг, вартість яких дорівнює або перевищує 200 тис. грн, для робіт – дорівнює або перевищує 1,5 млн грн (для замовників, що здійснюють свою діяльність в окремих сферах господарювання, вартість товарів і послуг – дорівнює або перевищує 1 млн. грн. та для робіт – дорівнює або перевищує 5 млн грн). Починаючи з 2016 року Закон забезпечив поширенню системи електронних закупівель, у 2 етапи: з I етап – для центральних органів виконавчої влади та замовників, що здійснюють діяльність в окремих сферах господарювання; II етап – для решти замовників. Редакцією Закону № 922 – VIII «Про публічні закупівлі» № 114-IX від 19.09.2019 внесено зміни, які дають можливість реалізації Закону в частині можливості підвищити рівень конкуренції у сфері державних закупівель та знизити рівень корупції, а також підвищити конкурентоспроможність учасників та заощадити бюджетні кошти [3].

Основними інноваціями в новому законі стали:

1. Довідки, що підтверджують відповідність учасника нормам Закону «Про здійснення державних закупівель», подає лише переможець. Учасники тендерів останніх років добре знають, наскільки складно підтвердити свою відповідність кваліфікаційним вимогам. Довідки про несудимість керівників фірм та про банкрутство відбирало в учасників закупівель багато часу та грошей. Причому участь у закупівлі не гарантувала перемоги

у ній. Новий же Закон зобов'язує документально підтверджувати свою репутацію лише переможця торгів.

2. Забороняється вимагати інформацію, яка є в публічному доступі, оскільки така інформація є у відкритих офіційних інтернет-реєстрах. Така норма зобов'язує замовників самостійно шукати інформацію про учасників тендерних торгів.

3. Скасовується функція Мінекономіки щодо проведення моніторингу. Грубо кажучи, на один контролюючий орган стало менше [4].

4. Електронні торги не вимагають створення окремого комітету. Замовник самостійно вирішує, хто з працівників проводитиме електронні торги. Це може бути окремий комітет або комісія з проведення електронних торгів. Також цю роботу можуть доручити відділу матзабезпечення чи конкретному працівнику – уповноваженій особі [5].

Однак, й досі залишаються невирішеними окремі питання, які є достатньо актуальними на сучасному етапі становлення та розвитку електронних державних закупівель, зокрема:

– відсутність такого критерію оцінювання як якість предмету закупівлі;

– відсутність інтересу великих підприємств-виробників брати участь у тендерах через довгий та незручний для них порядок розрахунку за договором;

– організація поставки товару у випадку регулярних поставок. Великі підприємства-виробники звикли до оптової торгівлі і у них немає інтересу організовувати поставку товарів малими партіями;

– немає чіткого механізму оскарження процедури публічних закупівель [6].

Безумовно, вирішення цих та окремих інших питань має стати пріоритетним завданням на шляху до вдосконалення електронної системи державних закупівель в Україні, що були частково реалізовано в Законі України «Про публічні закупівлі» (в редакції від 19.09.2019, який вступив у дію з 19.04.2020 року). Цей Закон визначає правові та економічні засади здійснення закупівель товарів, робіт і послуг для забезпечення потреб держави, територіальних громад та об'єднаних територіальних громад.

Метою цього Закону є забезпечення ефективних та прозорих закупівель, створення конкурентного середовища у сфері державних закупівель, запобігання корупції у цій галузі та розвиток добросовісної конкуренції.

Цей Закон також спрямований на адаптацію законодавства України до acquis Європейського Союзу для імплементації Угоди про асоціацію між Україною, з одного боку, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії та їх державами-членами, з іншого боку.

А саме, зміни внесено, що у разі закупівлі товарів, робіт та послуг, вартість яких не перевищує 50 тисяч гривень, замовник повинен дотримуватися принципів державних закупівель і може використовувати електронну систему закупівель, включаючи електронні каталоги для закупівля товарів. У разі здійснення таких закупівель без використання електронної системи закупівель замовник повинен опублікувати в електронній системі закупівель відповідно до статті 10 цього Закону звіт про договір закупівель, укладений без використання електронної системи закупівель.

Також було внесено зміни до того, що перед плануванням закупівель та підготовкою до закупівель замовники можуть проводити попередні ринкові консультації для аналізу ринку, включаючи запит та отримання консультацій та інформації від підприємств. Такі рекомендації та інформація можуть використовуватися замовником під час підготовки до закупівлі, якщо вони не порушують статтю 5 цього Закону. Проконсультуватися з ринком можна за допомогою електронної системи закупівель, надіславши запитання від замовника та отримавши відповіді від підприємств або організувавши відкриті зустрічі з потенційними учасниками торгів. Попередні ринкові консультації замовника не вважаються участю суб’єктів господарювання у підготовці вимог до тендерної документації.

Впровадження платформи для електронних торгів є безперечно одним із шляхів вдосконалення вітчизняної системи державних закупівель. Враховуючи це твердження, система електронних закупівель Prozorro, як платформа для децентралізованих електронних торгів, сьогодні є невід’ємною частиною всієї внутрішньої системи державних закупівель. Зрештою, очевидно, що проведення прозорих, відкритих процедур державних закупівель, побудованих на принципах конкуренції, є запорукою

успіху у використанні коштів для задоволення власних потреб будь-якої держави.

Висновки. Вивчаючи позиції вчених-юристів та економістів, слід зазначити, що навіть працюючи в одній науковій галузі, підходи до розуміння однієї і тієї ж концепції можуть кардинально відрізнятися один від одного. Описавши абсолютно різні визначення одного і того ж поняття, ми можемо зробити висновок, що на доктринальному рівні відсутня узгодженість понять, що свідчить про різноманітне і суперечливе вивчення проблеми. Однією з ключових проблем у сфері державних закупівель є недосконале правове регулювання організаційно-правових відносин між учасниками торгів, а саме законодавчі прогалини та проблеми у застосуванні законодавства, що чітко виражається у наявності певних конфліктів. Крім того, існує недосконалість фінансової системи України, проблеми якої негативно впливають на діяльність системи державних закупівель.

Список використаних джерел

1. Уманців Ю. М. Конкурентна політика у системі чинників активізації економічного розвитку / Ю. М. Уманців, А. С. Дуцька // Вісник Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського. Сер.: Економічні науки. – 2014. – № 1. – С. 29–37.
2. Мельников О. С. Організація системи державних закупівель в США / О. С. Мельников // Актуальні проблеми державного управління. – № 2 (42). – С. 117–123.
3. Закон України «Про публічні закупівлі» [Електронний ресурс] Офіційне Інтернет представництво «Президент України». – 2016. – Режим доступу: http://www.president.gov.ua/news/prezident-pidpisav-zakon-pro-publichni-zakupivli-36748.
4. Канєвський Г. Що обіцяють публічні закупівлі бізнесу [Електронний ресурс] / Г. Канєвський // Інтернет-видання «Європейська правда». – 2015. – Режим доступу: http://www.epravda.com.ua/columns/2015/06/25/547868/.
5. Заєць Н. Електронні торги: знайомимося із системою ProZorro / Н. Заєць // Все про бухгалтерський облік. – 2016. – № 18. – С. 27–28.
6. Кісельов М. Публічні закупівлі як новий формат державних закупівель [Електронний ресурс] / М. Кісельов // Інтернет-видання «Закон і бізнес». – 2015. – Режим доступу: http://zib.com.ua/ua/120019-publichni_zakupivli_yak_noviy_format_derzhavnih_zakupivel.html.

УДК 657.6:658

ОСОБЛИВОСТІ ПРОВЕДЕННЯ СПРОЩЕНИХ ЗАКУПІВЕЛЬ

О. С. Павленко, *магістр спеціальності 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність освітня програма «Публічні закупівлі»*
Ю. О. Ночовна, *к. е. н., доцент – науковий керівник*

Анотація. У статті дано критичну оцінку Закону України «Про публічні закупівлі» в оновленій редакції від 19.04.2020 року. Досліджено особливості проведення спрощених публічних закупівель та запровадження нового виду електронних закупівель. Проаналізовано відмінність між поняттями спрощеної закупівлі та процедури проведення відкритих торгів. Здійснено огляд практики проведення спрощених закупівель, охарактеризовано їх переваги та недоліки.

Ключові слова: допорогова закупівля, електронна система закупівель, публічні закупівлі, спрощена закупівля.

Abstract. The article gives a critical assessment of the Law of Ukraine “On Public Procurement” in the updated version of 19.04.2020. Peculiarities of simplified procurement and introduction of a new type of electronic procurement are studied. The difference between the concepts of simplified procurement and the procedure of open bidding are analyzed. he practice of simplified procurement is reviewed, their advantages and disadvantages are described.

Keywords: pre-threshold procurement, electronic procurement system, public procurement, simplified procurement.

Постановка проблеми. Зі вступом у дію нової редакції Закону України «Про публічні закупівлі» з 19 квітня 2020 року вводиться поняття спрощених закупівель. Сфера застосування замовником спрощених закупівель визначається вартісними межами, визначеними Законом для товарів, робіт і послуг, вартість яких дорівнює або перевищує 50 тисяч гривень та є меншою за вартість, що встановлена у пунктах 1 і 2 частини першої статті 3 цього Закону. З огляду на це надзвичайно актуальним стає дослідження особливостей проведення спрощених публічних закупівель, в тому числі із застосуванням електронної системи, характеристики відмінностей між поняттями спрощеної закупівлі та процедурою відкритих торгів, критичної оцінки їх переваг та недоліків, виявлених на практиці.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Реформа державних закупівель розпочалася із прийняття Закону України «Про здійснення державних закупівель». Метою цього Закону, зокрема, стало створення конкурентного середовища у сфері державних закупівель, запобігання проявам корупції та розвиток добросовісної конкуренції. Проте цей Закон втратив чинність із прийняттям Закону України «Про публічні закупівлі» у 2016 році. Із 19.04.2020 року введено у дію нову редакцію Закону України «Про публічні закупівлі», який має на меті наближення вітчизняного досвіту та практики здійснення публічних закупівель до європейських і світових стандартів.

Новини у законодавстві та проблеми проведення публічних закупівель розглядаються у роз'яснювальних матеріалах на веб-порталі Уповноваженого органу з питань закупівель – Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України, на Офіційному майданчику електронної системи публічних закупівель України – ProZorro та на спеціалізованих сайтах авторизованих електронних майданчиків.

Формулювання мети. Метою статті є вивчення сучасних тенденцій проведення спрощених публічних закупівель та застосування оновлених вимог Закону України «Про публічні закупівлі» на практиці.

Виклад основного матеріалу дослідження. Згідно з пунктом 28 статті 1 нової редакції Закону України «Про публічні закупівлі» спрощена закупівля визначається як придбання замовником товарів, робіт і послуг, вартість яких дорівнює або перевищує 50 тисяч гривень та є меншою за вартість, що встановлена у пунктах 1 і 2 частини першої статті 3 цього Закону [1].

Отже, з 19 квітня 2020 року для замовників встановлено обов'язок здійснювати спрощені закупівлі із застосуванням електронної системи та в порядку, визначеному Законом, вартість предмета закупівлі товару (товарів), послуги (послуг) яких дорівнює або перевищує 50 тисяч гривень та є меншою за 200 тисяч гривень; роботи (робіт) дорівнює або перевищує 50 тисяч гривень та є меншою за 1,5 мільйона гривень [2].

Даний вид закупівлі повністю замінив допорогові закупівлі, які можна було застосовувати за попередньою редакцією Закону, і хоча проведення спрощених закупівель є схожим із допороговими закупівлями, та все ж має свої особливості.

У статті 13 Закону України «Про публічні закупівлі» зазначено, що закупівлі можуть здійснюватися шляхом застосування однієї з таких конкурентних процедур як: відкриті торги, торги з обмеженою участю, конкурентний діалог та як виняток – застосування переговорної процедури. Разом з цим, нова редакція Закону розмежовує поняття: процедури закупівель та спрощеної закупівлі; тендерних пропозицій та пропозицій.

Однією із поширених на практиці помилок як замовників, так і учасників закупівель є вважати спрощену закупівлю – процедурою. На практиці нова редакція Закону є недосконалою та потребує суттєвих доопрацювань, адже розмежування понять «процедури закупівель» та «спрощені закупівлі» містить ряд суперечностей як під час проведення відкритих торгів та встановлення вимог до учасників, так в у спрощених закупівлях.

Так, порядок проведення відкритих торгів регулюється розділом 4 Закону України «Про публічні закупівлі» [1]. Порядок застосування спрощених закупівель визначений статтею 14 Закону, згідно з якою спрощена закупівля складається із кількох послідовних етапів. При цьому механізм здійснення спрощених закупівель досить схожий на процедуру відкритих торгів, проте має певні відмінності.

Однією з відмінностей, і до речі, переваг застосування спрощеної закупівлі є можливість проведення її у коротший термін на відміну від процедури проведення відкритих торгів.

Так, відповідно до Закону для проведення процедури відкритих торгів замовник встановлює період подання пропозицій учасниками – не менш як 15 днів, в той час як для спрощеної закупівлі відповідно до вимог ст. 14 Закону передбачено кінцевий строк подання пропозицій учасниками – не менше ніж п’ять робочих днів з дня оприлюднення оголошення про проведення спрощеної закупівлі.

Для спрощених закупівель законодавство передбачає встановлення періоду уточнень для запитань учасників – 3 робочих дні, в той час як за процедурою відкритих торгів можливість ставити питання до замовника чи вимагати внесення змін до тендерної документації до закупівлі зберігається на весь період подання пропозицій, тобто на протязі 15 днів.

Разом з цим, можливість внесення змін до оголошення про проведення спрощеної закупівлі існує для замовника протягом періоду уточнень – лише 3 робочих дні, в іншому випадку

жодних підстав та технічних можливостей для внесення замовником змін до оголошення не передбачається. У разі проведення процедури відкритих торгів замовник може вносити зміни до тендерної документації по закупівлі до моменту розкриття пропозицій учасників, тобто протягом 15 днів.

Загалом, тривалість спрощеної закупівлі з моменту публікації оголошення та до моменту укладення договору може складати близько 20 календарних днів, (в залежності від строків розгляду пропозицій учасників на відповідність вимогам, встановленим в оголошенні про проведення спрощеної закупівлі та визначення переможця). Натомість, процедура відкритих торгів з моменту оголошення про проведення закупівлі до моменту підписання договору може складати близько 30 днів та більше (залежно від ходу закупівлі, наявності вимог та скарг учасників, тощо).

Разом з тим, для учасників спрощених закупівель, на відміну від процедури відкритих торгів, можливість подавати скарги під час оголошеної закупівлі не передбачена.

Стаття 14 Закону України «Про публічні закупівлі» передбачає публікацію замовником такого електронного документу, як оголошення про проведення спрощеної закупівлі, яке повинно містити інформацію щодо предмету закупівлі та інші вимоги. Для здійснення процедури відкритих торгів замовник складає тендерну документацію відповідно до вимог ст. 22 Закону.

Частиною 2 статті 20 Закону [1] встановлено, що для проведення відкритих торгів має бути подано не менше двох тендерних пропозицій. Вагомою перевагою застосування спрощених закупівель є те, що на відміну від процедури відкритих торгів, замовник має можливість укласти договір при наявності навіть однієї пропозиції учасника. Це зумовлено тим, що у разі подання однієї пропозиції учасника спрощеної закупівлі відбувається автоматичний перехід на етап кваліфікації, а електронний аукціон системою не призначається. Однак, у зв'язку з тим, що законодавець не, як передбачено для процедури відкритих торгів, існують певні ризики для замовника під час розробки оголошення про проведення спрощеної закупівлі, адже успіх її проведення залежить від того, наскільки детально викладені умови для участі в закупівлі та встановлені вимоги до учасників [3].

Висновки. Нова редакція Закону України «Про публічні закупівлі» є недосконалою та потребує суттєвих доопрацювань,

в тому числі стосовно розмежування понять «процедури закупівель» та «спрощені закупівлі», уточнення механізму здійснення спрощених закупівель, який досить схожий на процедуру відкритих торгів, проте має певні відмінності, встановлення кваліфікаційних вимог до учасників спрощених закупівель тощо.

Список використаних джерел

1. Про публічні закупівлі [Електронний ресурс] : Закон України № 114-IX від 19.09.2019 р. – Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/114-20#Text.
2. Лист-роз'яснення Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України № 3304-04/28729-06 від 05.05.2020 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/ME200403.html.
3. Інформаційний ресурс https://infobox.prozorro.org/.

Освітня програма «Товарознавство та експертиза в митній справі»

УДК 339

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ВИРОБНИЦТВА І СПОЖИВАННЯ КАВИ В УКРАЇНІ

В. Л. Закотей, *магістр спеціальності 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність освітня програма «Товарознавство та експертиза в митній справі»*
Є. В. Хмельницька, *к. т. н., доцент – науковий керівник*

Анотація. У статті проаналізовано сучасний стан та проблемні питання світового ринку кави; розглянуто показники та динаміку споживання кави у світі, проаналізовано структуру та тенденції світового експорту, імпорту кави; визначено проблеми ринку кави та запропоновано шляхи їх вирішення.

Ключові слова: світовий ринок кави, виробництво кави, кавова індустрія, споживання, попит, експорт, загальносвітові тенденції

Abstract. The article is devoted state and problem questions of the world market of coffee are analysed in the article; indexes and dynamics of the consumption of coffee are considered in the world, structure and tendencies of world export, import of coffee are analysed; the problems of the coffee market are determined and solutions are offered.

Keywords: world market of coffee, production of coffee, coffee industry, consumption, demand, export, world tendencies.

Постановка проблеми. Кавова культура України набуває розвитку, має сталі традиції, але й спостерігаються зміни. Так, наприклад, у кав'ярнях третьої хвилі спостерігається зміна традиційному приготуванню кави на альтернативну. Замість звичного приготування у кавомашині, починають використовувати спеціальні посудини – кемекс, пуровер та аеропрес. Ці способи надають максимальної змоги розкрити смак кавових зерен. На даний час кількість людей, які п'ють звичайний американо зменшуються, що пояснюється не низькою якістю кави, а способом приготування кави та можливістю вибору різно-манітних кавових напоїв.

Ринок кав'ярень є досить перспективним і прибутковим бізнесом в Україні. Для розвитку у цієї сфері підприємства потребують не тільки унікальної ідеї бізнесу, але й моніторингу постійних змін на ринку, тобто аналізу змін різних зовнішні фактори, тенденцій та потреб споживачів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми ринку кави в Україні описуються у роботах Б. В. Духницького, де досліджено особливості вирощування, виробництва, обробки та дистрибуції кавової продукції у світі, а також проаналізовано основних гравців на ринку кави в Україні, визначено пріоритети споживачів за видами продукції та цінами на неї. Оцінка якісних показників кавової продукції, реалізованої в Україні прослідковується у дослідженнях Т. О. Чорної та Г. О. Васильєвої [2, 3].

Але варто зазначити, що на даному етапі розвитку та діяльності кавової індустрії в нашій країні, потрібно докласти зусилля аби удосконалити даний сектор ринку, зробити його більш привабливішим для покупців.

Формулювання мети. Метою статті є аналіз тенденцій розвитку виробництва і споживання кави в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Вкладання значних коштів у розвиток кавової культури є незмінною тенденцією. Останні п'ять років кавова культура набула масовості завдяки проведенню світових та національних чемпіонатів, де українські бариста займають призові місця. Ознайомлення із закордонними плантаціями, освітні курси бариста, різноманітні кавові фестивалі дають змогу покращувати навички. Завдяки фінансовим внескам у кавову культуру почали відкриватись

якісні кав'ярні із професійним обладнанням, а бариста почали виділяти як професію, що стає трендом.

Спостерігається зміна смаків споживачів. Окрім звичних американо чи еспресо з молоком або без молока, вони починають надавати перевагу кавовим напоям із додаванням прянощів або сиропів. Так, популярною є кава із додаванням кориці, горіху чи кардамону. Серед жінок популярним напоєм є латте із додаванням сиропу, різноманіття якого у даний час є великим: персик, банан, яблуко, вишня, шоколад, карамель, лікери амаретто, бейліс чи блю курасао. Також поціновувачі кави надають перевагу додаванню різних екстрактів, як ваніль чи кокос, що є стандартними, або ж м'ята, сливовий чи ромовий екстракт. В Україні жінки частіше п'ють кавові напої. Саме тому набільш популярними є напої із додаванням молока, як капучіно та латте, стрімко набуває розвитку флет-вайт. Також масовими є нові поєднання (як купаж (суміш двох видів кавових зерен), різні смаки, комбінації температури, але в основному цінується смак зерна.

У домашньому приготуванні кави набувають розголосу фільтр-кави. Вони мають змогу повністю змінити американо і ручне заварювання. Домашні кавомашини залишаються у людей, в яких обмаль часу перед роботою. Проте все одно найбільш популярним формат «Coffee to go» – кава з собою. Також масовості набуває послуга «підвішеної» кави. Послуга з'явилася в Італії і носить соціальний характер. «Підвішена» кава розглядається як традиція в деяких закладах, суть якої полягає в тому, що відвідувач платить за дві кави, випиває лише одну, а бариста на помітному місці клеїть наліпку про покупку другої кави, щоб потім її могла випити безкоштовно будь-яка інша людина, що не має змоги собі дозволити напій. Девіз такого добровільного руху – «Віддай, якщо можеш. Візьми, якщо хочеш».

Поява мережевих кав'ярень відбулася в Україні не так давно за рахунок розвитку таких мереж, як CoffeTime, CoffeeHouse і DoubleCoffee. В останні роки в Україні значно розвинулася кавова індустрія, в тому числі і за рахунок фірм, які просувають натуральну каву і обладнання для його приготування. Продовжують активно розвиватися нові напрямки, такі як мобільні кав'ярні, міні-кав'ярні.

Оскільки велика частина кавових автоматів та кавоварок імпортуються з Європи, зниження курсу євро сприяло динаміці

розвитку кавової індустрії. Однак фінансова нестабільність і низька купівельна спроможність серйозно вплинули на зниження темпів розвитку багатьох операторів ринку [6].

В Україні зародилися нові варіанти кавового споживання, до яких можна віднести формат «кава на винос». На сьогодні, на думку операторів ринку, це найперспективніший напрямок кавового бізнесу: у таких точок в порівнянні з великими закладами низькі витрати і висока рентабельність. Щоб підвищити попит, виробники і дистриб'ютори експериментують зі смаком, обсмажуванням і упаковкою. Важливим фактором є і ціна, яку компанії намагаються тримати на одному рівні.

Стимулюють розвиток ринку і кав'ярні, які намагаються запропонувати клієнтам бренди з різними смаками. З'явилися нові методи приготування: ручні способи заварювання, фільтр-кави, «колд брю» (кава холодного заварювання), «нітро кава» (газована холодна кава). Масове споживання кави в Україні помітно тільки в великих містах, регіони поки відстають. Конкурси та кавові фестивалі всередині країни і на міжнародному рівні є ще одним двигуном розвитку культури пиття кави. Останнім часом професія бариста стала справжнім трендом і аксіомою розвитку кавової індустрії. Участь в конкурсах мотивує показати, наскільки українські спеціалісти з кави, можуть конкурувати із західними.

Ринок кави в Україні буде тільки розростатися, і основними трендами, що впливають на його тенденції розвитку, будуть наступні:

– високий рівень якості: українці у міру поліпшення рівня життя переходять від дешевих товарів низької якості до високоякісних і дорогих брендів кави;

– збільшення інвестицій у кавову індустрію: учасники ринку все жвавіше вкладають фінанси у будівництво нових заводів і фабрик із виробництва кави;

– користь від вживання кавових напоїв: учені зараз говорять та досліджують можливість застосування кави як засобу, що допоможе уникнути такі хвороби, як цукровий діабет, рак печінки або хвороба Альцгеймера [1].

Однією з найважливіших тенденцій розвитку кавового ринку в Україні – є збільшення вживання натуральної кави. Подальший розвиток ринку натуральної кави буде здійснюватися за

рахунок збільшення числа кав'ярень і перехід споживачів з розчинної кави на натуральну зернову. Експерти також припускають, що подальший розвиток сегмента розчинної кави буде виконуватися за рахунок перерозподілу часток на користь преміальної кави, а ключові учасники цього ринку будуть змагатися між собою на марочному рівні. Крім того, не можна не помітити позитивну динаміку за останні п'ять років на українському кавовому ринку, у першу чергу, підвищилася якість обсмаженої кави, простежується перехід споживачів на більш дорогу натуральну каву, з'явилося безліч компаній, які спеціалізуються тільки на каву. [4].

Цікавою та сучасною тенденцією розвитку кавового ринку в Україні є питання доставки кави: зараз у кожного жителя мегаполісу є як мінімум один додаток для доставки їжі.

Оскільки в Україні кавовий бізнес наповнюють саме кав'ярні, то аби тенденції розвитку кавового ринку в Україні стали реальними та повноцінно здійснились, варто дотримуватись певних рекомендацій: уникнути некомпетентності персоналу, це дасть змогу вплинути на рівень обслуговування; впровадження вигідних акцій та пропозицій, розроблення дитячих меню в кав'ярнях – сприятиме залученню потенційних споживачів кави; щорічне проведення фестивалів кави у містах України на прикладі «Lviv Coffee Festival»; створення унікальних кавових турів та квестів на кавову тематику; активне просування продукції за допомогою стратегічно продуманої і ефективної піар-компанії українських ЗМІ [5–7].

Висновки. Підсумовуючи вищесказане, можна зробити висновки, що головними тенденціями до розвитку кавового ринку в Україні є: тенденція до домінування натуральної кави над розчиною; тенденція до збільшення імпорту кави на пряму від виробників; тенденція на цінову політику світового ринку кави; тенденція на смакові вподобання споживачів; тенденція до розширення мережі кав'ярень не тільки у великих містах; тенденція до впровадження новітніх технологій обсмажування зерен кави та її кінцевої подачі; тенденція до наслідування світових брендових стандартів обслуговування споживачів; тенденція на збільшення підприємств із якісного виробництва кави та кавових продуктів і подальшого їх експорту.

Список використаних джерел

1. Абдулай П. М. Рынок кофе: состояние и тенденции. Формування механізмів управління якістю та підвищення конкурентоспроможності підприємств : матеріали VII Міжнар. наук. інтернет-конф. студентів, аспірантів та молодих вчених, 25 березня 2016 р. Дніпропетровськ: Університет імені Альфреда Нобеля, 2016. С. 8–9.
2. Духницький Б. В. Основи функціонування ринку кави та чаю в Україні. Економіка АПК. 2016. № 2. С. 59–62.
3. Чорна Т. О. Васильєва О. Г. Аспекти товарознавчої експертизи кави меленої, що реалізується в торговельній мережі м. Харкова. Розвиток та регулювання торгівлі, туристичного та готельно-ресторанного бізнесу на засадах кластерного підходу : матеріали міжнарод. наук. інтернет-конф., 26–27 листопада 2015 р. Харків: Харківський торговельно-економічний інститут КНЕУ, 2015. С. 90–91.
4. Державна служба статистики України. URL: www.ukrstat.gov.ua.
5. Маркетингова компанія «Koloro». URL: https://koloro.ua/blog/issledovaniya/analiz-rynka-kofe.html.
6. International Coffee Organization. URL: http://www.ico.org/.
7. Mordor Intelligence. URL: https://www.mordorintelligence.com/industryreports/coffee-market.

УДК 664.8

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ АСОРТИМЕНТУ І СПОЖИВАННЯ БЕЗАЛКОГОЛЬНИХ НАПОЇВ

С. В. Кулинич, *магістр спеціальності 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність освітня програма «Товарознавство та експертиза в митній справі»*
О. О. Горячова, *к. т. н., доцент – науковий керівник*

Анотація. Стаття присвячена аналізу основних тенденцій формування асортименту безалкогольних напоїв в Україні. Також проведено оцінку споживчих переваг безалкогольних напоїв. Охарактеризовано асортимент безалкогольних напоїв на споживчому ринку.

Ключові слова: безалкогольні напої, асортимент, споживчі переваги, попит.

Abstract. The article is devoted to the analysis of the main trends in the formation of the range of soft drinks in Ukraine. The consumer preferences of soft drinks were also assessed. The range of soft drinks in the consumer market is characterized.

Keywords: soft drinks, range, consumer preferences, demand.

Постановка проблеми в загальному вигляді. Асортимент безалкогольної продукції як на світовому ринку, так і в Україні постійно розширюється в основному за рахунок використання нових, нетрадиційних видів сировини, а також різних харчових добавок, що додають напоям бажаного смаку, кольору, зовнішнього вигляду та підвищують їхню стійкість.

Згідно з Державним класифікатором продукції та послуг Держстандарту України, до безалкогольних напоїв (напоїв із концентрацією спирту не більше 0,5 %) відносяться: води мінеральні підсолоджені або ароматизовані; напої прохолоджувальні безалкогольні типу лимонаду, оранжу, коли і т. п., виготовлені з використанням питної води, підсолодженої або не підсолодженої, ароматизовані фруктовим соком або есенцією, до яких додані барвники; напої безалкогольні спеціального призначення (дієтичні, діабетичні, тонізуючі, для спортсменів тощо); квас; напої, приготовані на основі молока і какао, чаю та інші напої готові до вживання

Асортимент безалкогольних напоїв досить широкий, але якість продукції не завжди знаходиться на достатньо високому рівні. Тому необхідною умовою в задоволенні попиту населення є постійний аналіз асортименту та контроль якості продукції.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Хоча споживання газованої води стабільно збільшується, можна відзначити, що в останні кілька років темпи зростання її продажів помітно відстають від аналогічних показників в інших категоріях безалкогольних напоїв, зокрема соків або мінеральної та питної води. Іншими словами, незважаючи на збільшення обсягів продажів газованих напоїв, у структурі продажів безалкогольних напоїв в цілому їх частка поступово скорочується. Очевидно, значною мірою це обумовлено тенденцією збільшення числа споживачів, що орієнтуються на більш здорові напої, до яких газовану воду, що містить, як правило, велику кількість цукру, а також різні синтетичні добавки та ароматизатори, безумовно, віднести складно. Так, стабільним попитом користуються вітамінні напої. Однак майбутнє – за функціональними напоями: з вітамінами, екстрактами трав, мікроелементами.

Дослідженню питань фізіологічно функціональних напоїв присвячено праці вітчизняних науковців: Г. Б. Рудавської, Б. О. Голуба (синбіотичні молочні напої), Л. О. Павліш (безалкогольні напої оздоровчого призначення), М. В. Рудавської

(молочні прохолоджуючі напої, зокрема коктейлі), Т. В. Божко, Д. П. Антюшка, Ю. М. Мотузки (розробка системи управління якістю напоїв для спортсменів на основі науково обґрунтованих критеріїв оптимізації їх нутрієнтного складу, показників безпечності та споживних властивостей).

Асортимент безалкогольної продукції як на світовому ринку, так і в Україні постійно розширюється в основному за рахунок використання нових, нетрадиційних видів сировини, а також різних харчових добавок, що додають напоям бажаного смаку, кольору, зовнішнього вигляду та підвищують їхню стійкість. За останні роки асортимент і виробництво безалкогольних напоїв в Україні значно виросли. Окрім того, більшість фірм-імпортерів постачають безалкогольні напої з додаванням харчових добавок, які є заборонені до використання їх вітчизняною промисловістю, і маскують їх у рецептурі, тому виникають велику проблеми з якістю безалкогольних напоїв, які споживає населення.

Формулювання мети. Метою статті є аналіз особливостей формування асортименту і споживання безалкогольних напоїв.

Виклад основного матеріалу дослідження. Асортиментом називають сукупність товарів, об'єднаних по якомусь ознакою. Асортимент може бути торговим (набір товарів у магазині), виробничим (перелік товарів, що випускаються окремими підприємствами), певної товарної групи (набір різних видів і різновидів товарів даної групи). Структура асортименту характеризується питомою часткою кожного виду і/або найменування товару в загальному наборі. На торговельному підприємстві структура асортименту повинна бути найбільш раціональною, щоб в повній мірі задовольняти потреби населення. Асортимент безалкогольних напоїв в магазині «Продукти» поділяється за такими класифікаційними ознаками: по насиченню діоксидом вуглецю; за групами; за номінальним обсягом; за кількістю реалізованої продукції.

При вивченні асортименту безалкогольних напоїв було встановлено, що всі з представлених на реалізацію напоїв газовані. Структура асортименту напоїв безалкогольних газованих за групами представлено в табл. 1.

Як, бачимо з таблиці найбільшу питому вагу серед безалкогольних газованих напоїв, що реалізуються в магазині «Продукти» займають ароматизовані напої – 34,6 %; напої на підсолоджувачах – 30,8 %. У невеликому асортименті пропонуються

квасові напої (питома вага – 11,5 %), соковмісні напої, на рослинній сировині, спеціального призначення (питома вага кожного – 7,7 %).

Таблиця 1 – Структура асортименту напоїв безалкогольних газованих за групами

Група безалкогольних напоїв	Кількість напоїв	Питома вага в асортименті, %
Соковмісні напої	2	7,7
Морси	–	–
Напої на рослинній сировині	2	7,7
Напої на підсолоджувачах	8	30,8
Напої ароматизовані	9	34,6
Напої на мінеральних водах	–	–
Напої спеціального призначення	2	7,7
Енергетичні напої	–	–
Вітамінізовані напої	–	–
Кваси	–	–
Квасові напої	3	11,5
Разом	**26**	**100**

На прилавках магазину «Продукти» відсутній асортимент безалкогольних напоїв таких груп, як вітамінізовані, енергетичні напої, морси, кваси, напої на мінеральних водах. Безалкогольні напої (солодкі газовані і енергетичні) міжнародних брендів легко впізнавані: яскраві кольори етикетки і незвичайний дизайн самої упаковки, проте перевага віддається ПЕК-пляшці.

Аналіз отриманих даних свідчить, що більшість споживачів (48 %) віддають перевагу напоям на ароматизаторах, 31 % респондентів безалкогольним соковмісним напоям.

У ході опитування респондентів була зацікавленість в асортименті безалкогольних напоїв магазину (37 % відповідей). Також значна увага покупців була направлена на якість напоїв (55 % відповідей) та на зміну дизайну безалкогольних напоїв, так як погано читається інформація (35 % відповідей).

Відповідно до статистичних даних, 60–70 % ринку безалкогольних напоїв займають три відомих виробника – «Coca-cola», «Пепсі» і «Фанта», 20–30 % – інші марки.

Аналіз отриманих даних показав, що найпопулярнішою торговою маркою у респондентів була ТМ «Coca-cola», яка займає 37 %. Значне місце в рейтингу також займає ТМ «Пепсі». ТМ «Оболонь» та «Росинка» розділили третю сходинку рейтингу. Опитування показало, що безалкогольні напої користуються попитом у населення, напої на ароматизаторах найбільше у молоді, опитане населення знайоме з асортиментом і торговими марками.

Висновки. Обираючи напій для втамування спраги, як і з багатьма іншими продуктами, споживач звертає увагу на певні критерії: ціну, на склад продукту, його смак, пакування, упізнаваність бренду. Найвищий ріст сезонності спрживання характерний для категорії холодного чаю – він склав 46 %, а найменш сезональними серед безалкогольних напоїв стали соки – 34 %. Найбільш позитивний вплив на зростання продажів у грошовому виразі у категорії соків справило зростання середньої ціни за літр. Однак, власне для динаміки споживання важливим фактором стало зростання попиту. Одночасно з цим відбулося скорочення асортименту, що стримувало зростання категорії. Це свідчить про те, що в категорії був змінений асортимент в бік дорожчих варіантів та водночас таких, що мають більший попит, відповідають трендам, а отже споживач готовий платити за них більше.

У зв’язку з пропагандою здорового способу життя однією з тенденцій поточного стану ринку є зростання споживання функціональних напоїв і, як наслідок, падіння зростання солодкої води. В якості альтернативи компанії можуть розширювати асортимент і пропонувати вітамінізовані соковмісні напої.

Список використаних джерел

1. Розвиток ринку безалкогольних напоїв в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://sostav.ua/publication/rozvitok-rinku-bezalkogolnikh-napo-v-v-ukra-n-85469.html.
2. Павліш Л. О. Формування асортименту нових безалкогольних напоїв оздоровчого призначення : автореф. дис. … канд. техн. наук : 05.18.15. Київ, 2012. 20 с.
3. Хахалєва І. Ринкові перспективи фізіологічно функціональних напоїв [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://tr.knute.edu.ua/files/2017/24(tom2)/11.pdf.

УДК 627.327

ДОСЛІДЖЕННЯ ВИКОРИСТАННЯ УЛЬТРАФІОЛЕТОВИХ ЛАМП ДЛЯ ПРИСТРОЇВ ЗНЕЗАРАЖЕННЯ ПОВІТРЯ

А. М. Сич, *магістр спеціальності 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність освітня програма «Товарознавство та експертиза в митній справі»,*
А. О. Семенов, *к. ф.-м. н., доцент – науковий керівник*

Анотація. Використання ультрафіолетового випромінювання для бактерицидного знезараження стає найбільш актуальним, оскільки УФ-випромінювання успішно інактивує бактерії, віруси та пагубну мікрофлору. Запропонована конструкція безозонової бактерицидної лампи для установок бактерицидного знезараження. Вказані особливості конструкції бактерицидної лампи, яка обмежує вихід озону в оточуюче середовище. Лампа комплектується пусковою апаратурою та цоколем, що розширює можливості її використання в побутових умовах для знезараження питної води, повітря та поверхонь.

Ключові слова: УФ-випромінювання, ультрафіолетові лампи, бактерицидне знезараження, безозонна лампа, УФ-потік.

Abstract. The use of ultraviolet radiation for bactericidal decontamination becomes the most urgent, since UV radiation successfully inactivates bacteria, viruses and harmful microflora. The proposed construction without an ozone bactericidal lamp for bactericidal decontamination plants. The features of the design of a bactericidal lamp, which limits the output of ozone in the environment. The lamp is equipped with a launcher and a socle, which extends the possibility of its use in domestic conditions for the disinfection of drinking water, air and surfaces.

Keyworlds: UV radiation, ultraviolet light, bactericidal decontamination, without ozone lamp, UV light.

Постановка проблеми. Використання ультрафіолетового випромінювання в теперішній час стає все більш актуальним [1], оскільки ультрафіолетовий метод знезараження успішно інактивує бактерії, грибки, віруси в повітрі [1] у воді [2] і на доступних до опромінювання поверхонь [3], [4].

Метод ультрафіолетового випромінювання характеризується рядом переваг – безреагентність, висока ефективність, екологічна чистота, що робить його незамінним у процесах бактерицидного знезараження. Широке використання ультрафіолето-

вого опромінювання стало можливим із-за розширення номенклатури виробництва штучних джерел світла та підвищення їх ефективності, які здатні випромінювати в бактерицидній області при довжині хвилі $\lambda = 253{,}4$ нм.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Промисловістю різних країн випускається широка номенклатура ультрафіолетових ламп для побутового і промислового використання в установках фотофізичної, фотобіологічної та фотохімічної дії.

Нині найбільшого поширення як джерел бактерицидного УФ-випромінювання отримали трубчасті розрядні лампи низького тиску. Вони є найбільш ефективними джерелами ультрафіолетового бактерицидного випромінювання, завдяки випромінюванню в ультрафіолетовій області спектра, що припадає на резонансну лінію 253,7 нм, яка лежить в зоні максимальної бактерицидної дії, і пояснює їх високу бактерицидну віддачу в межах 30–40 %.

Ультрафіолетові лампи бактерицидної дії конструктивно подібні звичайним люмінесцентним лампам, за виключенням використання інших марок скла (увіолевого та кварцового) і відсутністю люмінофорного покриття.

Недоліком ламп типу ДБ є низька пропускна здатність короткохвильового випромінювання увіолевого скла в діапазоні $\lambda = 205–280$ нм. Крім того, ці лампи мають значні втрати своїх бактерицидних властивостей в процесі строку служби, які обумовлені як зниженням прозорості скла під дією УФ-випромінювання, так і низькою стійкістю увіолевого скла до адгезії ртуті та окисним продуктам, які осідають на внутрішню поверхню колби і знижують потужність оптичного випромінювання.

Відомо, що ультрафіолетові лампи з увіолевого скла в порівнянні з ультрафіолетовими лампами з кварцового скла, типу ДРБ менш потужні в бактерицидній області при однаковій потужності лампи, геометричних розмірах і товщині скла, приблизно на 30 %. Недоліком ламп типу ДРБ є утворення озону під дією ультрафіолетового випромінювання з довжинами хвиль $\lambda \leq 200$ нм.

При взаємодії озону із азотистими з’єднаннями, що присутні в повітрі, утворюються діоксиди. Зазначені сполуки є шкідливими і використання бактерицидних джерел ультрафіолетового випромінювання з такими властивостями обмежує їх застосування в системах забезпечення чистоти повітря і приміщень, а

також в установках або пристроях санітарно-гігієнічної обробки для стерилізації і дезінфекції. Крім того, власне озон є сильним окиснювачем і його вміст у повітрі допускається не вище встановлених норм (не більше 0,1 мг/м^3).

Формулювання мети. Мета роботи – запропонувати конструкцію безозонової бактерицидної лампи для установок бактерицидного знезараження повітря та поверхонь.

Виклад основного матеріалу дослідження. Бактерицидна лампа представляє собою газорозрядну трубку-колбу (далі трубку) наповнену інертним газом і ртуттю, на протилежних кінцях якої знаходяться електродні вузли, кожен з яких складається з електрода і двох виводів [5].

В залежності від призначення бактерицидних ламп, їх розрядні трубки додатково поміщають в кварцову трубку більшого діаметра – чохол, один кінець якого запаяний, а інший комплектується цоколем. Така конструкція бактерицидних ламп дозволяє використовувати їх при зануренні для знезараження води, опромінення рідин і т. д.

Оскільки бактерицидні лампи не можуть працювати напряму від мережі, для їх роботи використовують спеціальні допоміжні пристрої, відомі як пускорегулюючі апарати (ПРА) або сучасні пускорегулюючі апарати (ЕПРА).

В основі запропонованої конструкції бактерицидної лампи використано відомий технічний результат – винахід, який полягає в переході від двоцокольної люмінесцентної лампи до одноцокольної компактної люмінесцентної лампи, яка не потребує додаткових пристроїв для підключення до електричної мережі, оскільки в приєднаному пластмасовому корпусі вмонтована необхідна пускова апаратура з цоколем.

Запропонована конструкція бактерицидної лампи представляє собою газорозрядну трубку, що поміщена в кварцову трубку – чохол, до якої приєднується в корпусі пускова апаратура. Мінімальна величина зазору між газорозрядною трубкою і зовнішньою колбою лежить в межах від 1,0 до 5 мм, при цьому мінімальна величина зазору вибрана із умови забезпечення такого режиму роботи лампи при якому температура суміші азоту і кисню не перевищує 45 °С.

Дослідження показали, що при збільшенні величини зазору більше 5 мм між газорозрядною трубкою і зовнішнім чохлом зменшується ефективність бактерицидного знезараження,

оскільки знижується вихід випромінювання з довжиною хвилі 253,7 нм.

На основі проведених досліджень ультрафіолетових ламп запропонована конструкція бактерицидної лампи, що представляє собою газорозрядну трубку з кварцового скла наповнену інертним газом і ртуттю, поміщена в кварцову трубку – чохол, один кінець якої запаяний, а до іншого за допомогою монтажних траверс приєднується блок. В блоці управління вмонтована необхідна пускова апаратура та цоколь, при цьому простір між газорозрядною трубкою і зовнішньою колбою заповнено сумішшю азоту і кисню при тиску від 1 500 до 80 000 Па.

Запропонована конструкція бактерицидної лампи зображена на рис. 1. Бактерицидний потік виміряно відповідно методики [6], а строк служби перевірено за методикою [7].

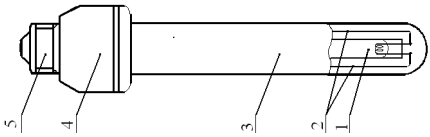


Рисунок 1 – Загальний вигляд бактерицидної лампи: 1 – розрядна трубка з увіолевого або кварцового скла; 2 – монтажні траверси; 3 – кварцовий чохол; 4 – баласт в пластмасовому корпусі; 5 – цоколь Е 27

Лампа працює наступним чином, після подачі напруги лампа запалюється, відбувається розряд в парах ртуті, в результаті чого генерується УФ-випромінювання, що проходить через газову суміш в просторі між газорозрядною трубкою і зовнішньою колбою. У вказаному просторі УФ-випромінювання з довжиною хвилі менше 200 нм поглинається киснем, перешкоджаючи утворенню озону у зовнішньому просторі. Таким чином простір між розрядною трубкою і зовнішньою колбою представляє газовий фільтр, спектральний коефіцієнт пропускання якого регулюється співвідношенням діаметрів трубок і парціальним тиском кисню та азоту. При цьому випромінювання з довжиною хвилі 253,7 нм практично не затримується газовим фільтром, але кількість озону зменшується в 3–4 рази, не перевищуючи допустимі норми.

Переваги запропонованої конструкції бактерицидних ламп в порівнянні з відомими бактерицидними ртутними лампами

полягають в тому, що їх використання при бактерицидному знезараженні повітря і поверхонь дають можливість виключити примусову вентиляцію, що забезпечує їх використання в технологічних процесах при виробництві, наприклад білкової маси [8], а також здешевити процес проведення дезінфекції приміщення, і при цьому не потребують додаткових спеціальних пристроїв для підключення до електричної мережі [9].

Висновки. На основі запропонованого технічного рішення розроблена конструкція бактерицидних ламп в діапазоні потужностей від 4 до 60 Вт. При цьому кількість озону, що виділяється лампами не перевищує допустимі норми. Дані лампи успішно можуть бути використані підприємствами України для бактерицидного знезараження повітря і поверхонь.

Список використаних джерел

1. Семенов А. О., Кожушко Г. М., Семенова Н. В. Використання ультрафіолетового випромінювання для бактерицидного знезараження води, повітря та поверхонь. Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України : зб. наук.-тех. пр. Львів : РВЦ НЛТУ України. 2013. № 23.02. С. 179-186.
2. Семенов А. О. Особливості технології при УФ-знезараженні питної води в харчовій промисловості. Сборник научных трудов SWorld. 2014. Вып. 2. Том 9. Иваново : Маркова А. Д. 2014. С. 75–80.
3. Семенов А. А. Ультрафиолетовое излучение для обеззараживания сыпучих пищевых продуктов. Вісник національного технічного університету «ХПІ» : зб. наук. пр. Серія: Нові рішення в сучасних технологіях. Харків : НТУ «ХПІ». 2014. № 17 (1060). С. 25–30.
4. Semenov Anatoly, Sakhno Tamara, Barashkov Nikolay. Ultraviolet disinfection of activated carbon and its use for microbiological decontamination. Green Chemistry & the Environmental: 257st American Chemical Society National Meeting & Exposition, Orlando, Florida, march 31 – april 4, 2019, ENVR 409.
5. Семенов А. О., Кожушко Г. М. Патент України на корисну модель 99152 UA, МПК (2015.01) H01K 7/00, H01S 3/097 (2006.01). Конструкція бактерицидної лампи. Заявник і патентовласник Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі». № u201411620; заявлено 27.10.2014; опубліковано 25.05.2015. Бюл. № 10.
6. Семенов А. О. Методика вимірювання потужності УФ-випромінювання ламп низького тиску. Сучасне матеріалознавство та товарознавство: теорія, практика, освіта : Міжнародна наук.-практ. інтернет-конф., м. Полтава, 14–15 березня 2018 року : тези доп. С. 213–217.

7. Семенов А. О., Кожушко Г. М., Сахно Т. В., Бірта Г. О. Прогнозування корисного строку служби ультрафіолетових ламп у фотобіологічних і фотохімічних процесах. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія: Технічні науки. 2018. № 1(85). С. 129–134.
8. Семенов А. О., Сахно Т. В., Семенова Н. В. Сучасні проблеми агропромислового комплексу виробництва білкової маси. Хімія, екологія та освіта : IV Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., м. Полтава, ПДАА, 21–22 травня 2020 року: тези доповіді. С.154–157.
9. Семенов А. О. Особливості конструкції одноцокольних ламп для ультрафіолетового опромінювання. Scientific Journal «ScienceRise» : наук. журн. Харків : Технологічний центр. 2014. № 5/2 (5). С. 64–67.

УДК 688

СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РИНКУ ПЛАСТМАС В УКРАЇНІ

В. В. Скоробагацький, *магістр спеціальності 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність освітня програма «Товарознавство та експертиза в митній справі»;*
О. Ю. Бабенко, *магістр спеціальності 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність освітня програма «Товарознавство та експертиза в митній справі»*
Г. Д. Кобищан, *к. т. н., доцент – науковий керівник*

Анотація. У статті розглянуто питання, що висвітлюють сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку світового та вітчизняного ринку товарів із пластичних мас. Автором наведено аналіз статистичних даних щодо вітчизняного виробництва та реалізації виробів з пластмас у динаміці за період 2015–2019 рр. Приділено увагу проблемі екологічної безпеки виробів із пластмас та необхідності її нагального вирішення на світовому та регіональному рівнях. Наведено перелік основних країн експортерів та імпортерів виробів із гуми та пластичних мас, з якими Україна пов'язана торговельними зв'язками.

Ключові слова: полімер, пластмаса, товари з пластмас

Annotation. The article discusses issues that highlight the current state, problems and prospects for the development of the world and domestic markets for plastic goods. The author of the article provides an analysis of statistical data characterizing the domestic production and sale of plastic products in dynamics for the period 2015–2019. The article focuses on the problem of environmental safety of plastic products and the need for urgent solutions at the global and regional

levels. The article contains a list of the main countries of exporters and importers of rubber and plastic products, with which Ukraine is linked by trade ties.

Keywords: polymer, plastic, plastic goods

Постановка проблеми. Серед сучасних матеріалів, які використовуються при виробництві різноманітних товарів народного споживання, важливе місце займають пластичні маси. Це новий самостійний клас матеріалів, які виготовляють головним чином з продуктів переробки нафти та природних газів.

Пластичні маси дозволяють у широких межах легко видозмінювати в процесі переробки форму і колір виробів і в цьому відношенні є неперевершеними матеріалами, які забезпечують створення найбільш раціональної конструкції виробів при мінімальних загальних витратах. Поєднання багатьох корисних властивостей пластичних дозволяє використовувати їх для виробництва легких, міцних, зручних, красивих і також дешевих предметів повсякденного вжитку, різноманітних за формою та кольором. Виготовлення з пластмас господарських, галантерейних, канцелярських товарів, штучних взуттєвих матеріалів, а також іграшок стало вже традиційним.

Водночас пластмаси зумовлюють велику проблему глобального характеру – екологічне забруднення.

За останні 65 років виробництво пластику збільшилося в 200 разів. При такому стрімкому зростанні виробництва пластику, питання його утилізації залишається невирішеним, що негативно позначається на довкіллі. Переробляється лише 9 % пластикового сміття, 12 % – знищується, а 79 % накопичуються на звалищах або в навколишньому середовищі [2].

Щорічно в Україні утворюється близько 12–15 млн т твердих побутових відходів, 40 % з яких – це тара, в тому числі полімерна.

Німеччина запропонувала Україні скористатися їхнім досвідом збору використаної тари за допомогою фандоматів. Це спеціальні автомати, які приймають практично будь-які скляні та пластикові пляшки, а також металеві баночки. Після прийому тари, фандомати повертають людям частину грошей, сплачених при купівлі напою.

Така система називається заставною або депозитною. Вона введена в багатьох європейських країнах: Швеції, Норвегії, Фінляндії, Данії, Естонії. Наприклад, в Норвегії завдяки фандоматам збирають 95 % тари, в Фінляндії – 93,3 %, а в Данії – 89 % [2].

Аналіз основних досліджень і публікацій. Питанням виробництва виробів з пластмаси присвячено роботи переважно закордонних авторів, таких як Євтушенко Є. В., Брагінського О. Б., Федоренко Н. П. та інших [7]. Роботи вітчизняних науковців з проблем виробництва виробів з пластмас відсутні. Огляд стану галузі часто обмежується статистичним звітом. Невирішеними на сьогодні залишаються, зокрема, питання екологічної та фізіологічної безпеки пластмасових виробів.

Формулювання мети. Таким чином, обраний напрям досліджень є актуальним. За мету дослідження обрано аналіз стану зовнішньої та внутрішньої торгівлі України виробами з пластмас.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ринок пластмас слід визнати важливим елементом світової економіки. В Україні потреба у пластику становить близько 3,5 млн т на рік. Найпотужнішим одержувачем пластика в Україні є пакувальний сектор. Він споживає 33 % виробництва пластику. Близько 26 % виробленого пластику споживає будівельна промисловість, та близько 10 % використовується в автомобільній промисловості [1].

Споживання пластику в Україні постійно зростає. Дослідження показують, що 75 % пластмасових виробів, які були розміщені на ринку з моменту початку їх виробництва, на сьогодні уже стали відходами. Це 6,3 мільярда тонн, з яких менше 10 % було перероблено [1].

Виробництво ґумових, пластмасових виробів та іншої неметалевої мінеральної продукції є складовою частиною переробної промисловості України і в загальному її об’ємі займає невелику частку, яка, тим не менше, показує позитивну динаміку (табл. 1).

Таблиця 1 – Динаміка виробництва гумових і пластмасових виробів, іншої неметалевої мінеральної продукції в Україні за 2015–2019 рр. (побудовано за [4])

Роки	Виробництво гумових і пластмасових виробів, іншої неметалевої мінеральної продукції, млн грн	Частка в загальному обсягу переробної промисловості України, %
2015	85 969,9	7,5
2016	107 615,7	8,2
2017	134 146,9	8,2
2018	161 113,1	8,5
2019	163 897,9	9,0

Так, за період 2015–2019 рр. виробництво гумових і пластмасових виробів в грошовому вираженні збільшилося на 77 928 млн грн, а його частка в загальних обсягах переробної промисловості України зросла з 7,5 % до 9,0 %

Узагальнено дані щодо динаміки виробництва гумових і пластмасових виробів в грошовому вираженні та їх співвідношення із динамікою розвитку переробної промисловості України в цілому наведено на рис. 1.

Рисунок 1 – Динаміка виробництва гумових і пластмасових виробів, іншої неметалевої мінеральної продукції в Україні за 2015–2019 рр.

У зовнішній торгівлі України пластмасами, полімерними матеріалами та виробами з них лише за липень-серпень 2020 р. задіяно в якості експортерів та імпортерів більш як 75 країн світу [3, 6].

Так, серед найбільш крупних експортерів пластмас, полімерних матеріалів та виробів з них слід відзначити такі країни, як Російська Федерація, Польща, Молдова, Республіка Молдова, Іспанія, Грузія, Республіка Білорусь, Естонія, Азербайджан та інші.

Основними імпортерами пластмас, полімерних матеріалів та виробів з них є такі країни, як Республіка Білорусь, Італія, Іспанія, Китай, Німеччина, Польща, Угорщина та інші [3, 4].

Висновки. За результатами аналізу ринку пластмас встановлено:

– виробництво виробів з пластмас має стійку тенденцію до зростання, як в цілому у світі, так і в Україні зокрема;

– постійне збільшення обсягів споживання пластмас різними галузями промисловості зумовлено унікальним поєднанням різноманітності властивостей пластмас та їх невисокої собівартості;

– неконтрольоване зростання споживання пластику становить серйозну екологічну проблему і потребує вирішення.

Список використаних джерел

1. Аналітичний огляд ринку пластикового посуду в Україні від Fine Agency Київ, Вінниця, Одеса, Дніпро, Львів. URL: https://fineagencyy.com/ua/blog/1148-ohliad-rynku-plastykovoho-posudu.html.
2. За 65 років виробництво пластику у світі зросло в 200 разів, – дослідження. URL: https://zik.ua/news/2017/08/10/za 65 rokiv vyrobnytstvo_plastyku_u_sviti_zroslo_v_200_raziv__doslidzhennya_1148089.
3. Зовнішня торгівля окремими видами товарів за країнами світу за липень-серпень 2020 року. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/.
4. Зовнішня торгівля України із зазначенням основних країн – контрагентів. Державна фіскальна служба України. URL: http://sfs.gov.ua/ms/f3.
5. Обсяг реалізованої промислової продукції (товарів, послуг) за видами економічної діяльності у 2010–2019 роках. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2013/pr/orp_rik/orp_rik_u.htm.
6. Реалізація промислової продукції за видами за переліком продукції ЄС для статистики виробництва (PRODCOM) за 2019 рік. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/.
7. Тенденції розвитку галузі виробництва виробів з гуми та пластмаси в Україні. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=263.

УДК 634.31

ІДЕНТИФІКАЦІЙНА ЕКСПЕРТИЗА АПЕЛЬСИНІВ РІЗНИХ СОРТІВ

В. О. Снєжков, *магістр спеціальності 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність освітня програма «Товарознавство та експертиза в митній справі»*
З. П. Рачинська, *старший викладач – науковий керівник*

Анотація. Існує тенденція до збільшення обсягів продажу та до розширення асортименту апельсинів. Тому існує необхідність виявлення критеріїв ідентифікації та визначення показ-

ників якості і безпечності такої продукції. Ідентифікацію проводять поетапно, виконуючи аналіз документів на продукцію, проводячи зовнішній огляд, досліджуючи маркування, органолептичні властивості і при необхідності показники якості продуктів. Якість апельсинів встановлюється за діючими технічними умовами та державними стандартами за органолептичними та фізико-хімічними показниками. Для проведення ідентифікації в даній роботі було обрано один зразок апельсину [1, 2].

Ключові слова: ідентифікація, сорт, апельсин, показники.

Abstract. There is a tendency to increase sales and to expand the range of oranges. Therefore, there is a need to identify criteria for identification and determine the quality and safety of such products. Identification is carried out in stages, performing analysis of documents on products, conducting an external inspection, examining the labeling, organoleptic properties and, if necessary, product quality indicators. The quality of oranges is determined by current technical conditions and state standards for organoleptic and physicochemical parameters. One sample of orange was selected for identification in this work [1, 2].

Keywords: identification, variety, orange, indicators.

Постановка проблеми. Апельсини є джерелом легкозасвоюваних вуглеводів, органічних кислот, вітамінів, мінеральних солей, смакових і ароматичних речовин. Плоди грають велику роль в забезпеченні організму людини мінеральними речовинами. Таким чином, апельсини – повноцінні продукти грають певну роль в харчуванні і забезпеченні нормальної життєдіяльності організму людини.

У зв’язку з цим, експертиза апельсинів і аналіз асортименту є актуальною темою в наш час, так як в магазинах і на ринках величезний вибір апельсинів. І щоб знати які сорти вибрати необхідно, розбиратися, чим вони відрізняються і який вони повинні мати товарний вигляд.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Ідентифікаційна експертиза товарів проводиться для того, щоб встановити, чи належить товар до тієї чи іншої товарної групи, ця ідентифікація здійснюється на основі визначення характерних індивідуальних ознак, що наведені в нормативних або супровідних документах.

Формулювання мети. Метою статті є проведення ідентифікації досліджуваного зразка апельсину.

Виклад основного матеріалу досліджень. Проводячи ідентифікацію даного зразка апельсину можна сказати, що ідентифікація цієї групи товарів проводиться за наступними ознаками:

– ідентифікація виду плоду;
– ідентифікація сорту плоду.

Ознаками помологічних сортів апельсинів є забарвлення шкірки (оранжеве, темно-оранжеве, червонувато-оранжеве, жовте) і м'якоті (світло-жовте, темно-червоне, оранжеве), форма (куляста, овально-довгаста, овальна, грушоподібна, злегка плеската біля вершини і основи), поверхня шкірки (гладенька, щільна, злегка або дуже шорстка) та її товщина (тонка – до 2 мм, середня – 4–5, товста – 6–8 мм), розмір плодів (великі – 300 г і більше, середні – 180–190 г, малі – 100–170 г), соковитість м'якоті (соковита, сухувата), її смак (кисло-солодкий, освіжаючий, рідше кислий).

Зовнішній вигляд досліджуваного зразка, його забарвлення, форма, поверхня шкірки, розмір плодів наведена нижче (рис. 1.1).

Рисунок 1.1 – Зовнішній вигляд зразка досліджуваного апельсину

Плід вкрито шкіркою, яка має два шари: верхній – забарвлений, а нижній не забарвлений (рис. 1.2). Товщина шкірки – 0,5 мм.

Рисунок 1.2 – Вимірювання товщини шкірки зразка апельсину

Існує величезна кількість сортів. Сорти діляться залежно від морфологічних ознак (форми, величини, смаку, забарвлення шкірки і м'якоті) не дві групи: Королькова і світлі, які, в свою чергу поділяються на дві підгрупи – звичайні і пупкові. Серед Королькова сортів також розрізняють підгрупи полукорольков (сорти Moro, Washington Sanguine, Tarocco, Maltaise) і власне корольки (Sanguinello, Doblefina (або Sanguina), Sanguina redonda) [3, 4].

Звичайні, або, як їх називають овальні апельсини – це найчисленніша група, представники якої істотно розрізняються за розміром і смако-ароматичних властивостей. Так, якщо апельсини сортів Shamouti, Clanor і Salustiana мають солодко-кислим смаком, типовим для апельсинів ароматом і досягають досить великих розмірів, то плоди Valencia Late мають кисло-солодкий смак, незвичайний по вишуканості аромат і відрізняються дрібноплідний. У цій групі також є представники, що відрізняються бессемянностью (Cadener, Salustiana, Delta Seedless і ін.) Але частіше у плодів тонка шкірка або середньої товщини, світло-оранжевого кольору, м'якоть светлоокрашенная. Найбільш важливу роль в торгівлі відіграють сорти Cadenera, Salustiana, Delta Seedless, Valencia Late Clanor, Shamouti (або Jaffa) і Protea [5].

Пупкові апельсини – плоди помаранчеві, кулястої або злегка подовженої форми, шкірка тонка. Відрізняються від інших бессемянностью і наявністю недорозвиненого другого плодики на вершині – «пупка». Плоди пупкових, або навельних, сортів володіють великими розмірами (середня маса 150–250 г), прекрасними смако-ароматичними властивостями (соковита, тане

яскраво-оранжевого кольору м’якоть, солодко кислим смак, тонкий аромат). Пупкові сорти, як правило, дозрівають першими і починають новий сезон цитрусових. Найбільш важливе значення в торгівлі мають сорти Washington Navel, Navelina і Navel Late [5].

Характеристика цих видів:

✓ **Вашингтон Навів (Washingtoh Navel)** – сорт яскраво-помаранчевих апельсинів важливого світового господарського значення, відомий з 17 століття, а також один з нечисленних апельсинів, успішно плодоносних в умовах Закавказзя. Середні і великі плоди апельсина мають круглу або злегка видовжену форму і масу від 170 до 300 г. М’якоть апельсинів яскраво-помаранчева, солодка з легкою кислинкою і малою кількістю кісточок. Апельсин Вашингтон Навів – один з популярних сортів для домашнього розведення;

✓ **Навів Лате (Navel Late)** – пізній сорт апельсинів, дуже схожий з сортом Вашингтон Навів, але відрізняється більш ніжною м’якоттю і підвищеної лежкостью;

✓ **Томсон Навів (Thomson navel)** – сорт круглих або овальних апельсинів з характерним невеликим пупком і щодо тонкої, світло-помаранчевою шкіркою з дрібними порами. М’якоть плодів, в порівнянні з Вашингтон Навів, більш волокниста і не така соковита;

✓ **Навеліна (Navelina)** – найбільш ранній сорт невеликих і середніх апельсинів з маленьким пупком. Округлі або яйцевидні плоди мають тонку, дрібнопористу шкірку оранжевого забарвлення і пухку, солодку м’якоть.

Досліджуваний зразок апельсинів надійшов з Єгипту (рис. 1.3).

Рисунок 1.3 – Досліджуваний зразок апельсинів з Єгипту

При проведені ідентифікаційної експертизи визначили такі характеристики:

– вага 220 г;
– форма округла, трішки подовжена;
– колір шкірки помаранчевий;
– шкірка має дрібнозернисту структуру, відділяється від м'якоті з деякими труднощами.

Висновки. Отже, підводячи підсумок проведеної ідентифікації досліджуваного зразка апельсину можна зробити висновок, що він дійсно є апельсином помологічного сорту Вашингтон Навел (Washington navel) торгової марки «Fruit House» I категорії з Єгипту від компанії Gouda for Agricultural Products.

Список використаних джерел

1. Пашкова Е. Ю. Идентификация и обнаружение фальсификации продовольственных товаров : учеб. пособие / Е. Ю. Пашкова, Е. В. Дулова. – Кинель : РИЦ СГСХА, 2015. – 103 с.
2. Товарознавство. Продовольчі товари : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закладів освіти 1 та 2 рівнів акредитації / О. Г. Бровко, О. В. Булгакова, Г. С. Гордієнко, В. В. Дятлов, А. А. Квасников, А. П. Козлов, О. В. Кудінова, Н. Т. Лазарева, Г. О. Ліхоніна, Л. П. Ляховченко, В. Д. Малигіна, І. І. Медведкова, Л. В. Молоканова, Л. В. Породіна, В. П. Ракова, О. А. Ракша-Слюсарева, Е. О. Темнохуд. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2008. – 619 с
3. Орлова Н. Я. Фрукти, ягоди, овочі, гриби та продукти їхньої переробки : підручник / Н. Я. Орлова, П. Х. Пономарьов. – Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2002. – 360 с.
4. Сирохман І. В. Товарознавство продовольчих товарів : підручник / І. В.Сирохман, І. М.Задорожний, П. Х. Пономарьов 4-е вид., перероб. і допов. – Київ : Лібра, 2007. – 660 с.
5. Апельсини [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://zelenvsit.cx.ua/apelsin.html (дата звернення : 22.10.2020). – Назва з екрана.

УДК 658.62

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ІДЕНТИФІКАЦІЇ ТА ФАЛЬСИФІКАЦІЇ ШОКОЛАДУ

Ю. О. Хоменко, *магістр спеціальності 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність освітня програма «Товарознавство та експертиза в митній справі»*
Є. В. Хмельницька, *к. т. н., доцентка – науковий керівник*

Анотація. Стаття присвячена аналізу основних проблем проведення ідентифікації та визначення фальсифікації шоколаду

в Україні. Охарактеризовані основні ідентифікаційні ознаки шоколаду та представлено можливі способи фальсифікації шоколаду.

Ключові слова: шоколад, ідентифікація, фальсифікація, якість, показники, фактори формування якості.

Abstract. The article is dedicated to the analysis of the main problems of identification and falsification of chocolate in Ukraine. The main identifying signs of chocolate are characterized and presented by the possible ways of falsification of chocolate.

Keywords: chocolate, identification, falsification, quality, indicators, factor of quality.

Постановка проблеми. На сучасному етапі економічного розвитку причинами фальсифікації товарів в Україні є відсутність у виробників товарів стимулювання до добровільного дотримання вимог стандартів на продукцію та врахування інтересів споживачів; послаблення державного контролю за якістю під час виробництва продукції та її реалізації; недостатня ефективність діяльності державних структур у боротьбі з фальсифікаторами; відсутність належного правового захисту від фальсифікації товарів; відсутність загальноприйнятих критеріїв ідентифікації товарів, за допомогою яких можна легко виявляти підробки, а також діагностувати дефекти продукції.

Споживчий ринок України можна захистити від фальсифікованих товарів вітчизняного та закордонного виробництва завдяки проведенню експертизи товарів, сертифікації відповідності, а також удосконалення методів виявлення фальсифікованих товарів (продукції).

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питаннями оцінки і аналізу кондитерської галузі України присвячено праці багатьох науковців та експертів, зокрема І. В. Сірохмана, А. І. Шарова, Г. А. Маршалкіна виробництво якісної продукції розглядається не тільки як фактор конкурентоспроможності, а передусім як умова функціонування підприємств-виробників продовольчих товарів на ринку, вміння впливати на ринкову ситуацію через пропозицію якісної продукції, задовольняючи специфічні вимоги споживачів і забезпечуючи ефективність функціонування.

Проте проблема недопущення проникнення на ринок фальсифікованої продукції на сьогодні лише загострюється, що вимагає подальшого ґрунтовного вивчення умов її виникнення і особливо знаходження засобів її недопущення.

Формулювання мети. Метою статті є аналіз сучасних проблем ідентифікації та фальсифікації шоколаду

Виклад основного матеріалу дослідження. Термін «ідентифікація» визначається як ототожнення, порівняння дечого з чимось. При ідентифікації товарів встановлюється збіжність досліджуваних товарів аналогам, які мають ту ж сукупність споживчих властивостей чи опису на товар на маркуванні, товаросупровідних та нормативних документах [2].

Ідентифікацію зразків шоколаду потрібно починати з аналізу маркування даних зразків за ДСТУ 3924 – 2014 [1]. При цьому маркування повинно відповідати вимогам Закону України «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів», який введено в дію 6.08.2019 року [4].

Враховуючи те, що майже кожен виробник шоколаду має власну рецептуру виробництва даного виду продукції і тримає її у секреті, для ідентифікації і визначення фальсифікату потрібно брати показники якості, які нормуються у ДСТУ 3924-2014 і не залежать від рецептури шоколадних виробів.

Для ідентифікації шоколадних виробів дуже важливим показником є визначення температури плавлення шоколадної маси. Справжній шоколад тане в роті – температура плавлення какао-масла близька до температурі людського тіла (28–36 ºС). Найчастіше у фальсифікатах замінюють какао-масло пальмовим, кокосовим маслом, температура плавлення яких вища за температуру плавлення какао-масла. Наприклад, температура плавлення пальмового масла 32–42 ºС. Такий шоколад повністю не тане і в роті після нього залишається присмак рослинного жиру. Температури плавлення зразків можна визначати шляхом розплавлювання шоколадних виробів на водяній бані. Але такий метод дослідження природи жирів у шоколаді є досить відносним і неточним, тому доцільно визначати жирнокислотний склад шоколадних виробів хроматографічним методом.

Фальсифікація – це дії, спрямовані на обман споживача підробкою товару з корисною метою, це дії, спрямовані на погіршення споживчих властивостей товару чи на зменшення його кількості під час збереження найбільш характерних але не істотних для його використання за призначенням властивостей. [3]

При фальсифікації шоколаду найчастіше використовують асортиментну, якісну та інформаційну фальсифікацію. Справа в

тому, що вітчизняний шоколадний стандарт вищий багатьох зарубіжних. ДСТУ не допускає додавання замінників какао-масла, євронорми ж дозволяють додавати до 5 % сторонніх жирів. Іноземні компанії – дуже закриті, свою рецептуру вони приховують, а дізнатися фактичне співвідношення інгредієнтів майже неможливо. Якщо судити по етикетці, нічого недозволеного в іноземному продукті немає. Виробники не зобов'язані писати на етикетці, скільки чого у відсотках вони додали в продукт. Проте, якщо шоколад відповідає державному стандарту, на ньому так і повинно бути написано «ДСТУ». Але на багатьох виробах значиться «ТУ» – технічні умови, тобто рецепт виробники розробили самі. Часто іноземні компанії економлять на какао. Справжній шоколад повинен містити не менше 35–37 % какао-продуктів. Проте какао-масло коштує настільки дорого, що економія навіть десятої частки відсотка дає великий прибуток. Західне устаткування дозволяє заощадити 2–3 % цього рецептурного компоненту.

Шоколад виготовляють з какао. Потрібно шукати на етикетці три основні компоненти – какао терте, какао-порошок і какао-масло. Якщо є які-небудь інші жири і масла, перед вами - не справжній шоколад, а фальсифікат. У складі справжнього шоколаду можуть бути присутні: цукор, емульгатор лецитин, фосфатидний концентрат, ароматизатори (часто це ванілін) і деякі інші добавки.

Шоколадом називається кондитерський виріб, виготовлений на основі какао-масла. Саме масло, а не какао-порошок, як думає більшість людей, додає шоколаду аромат і смак. До речі, саме тому так званий «білий шоколад» і має шоколадний смак, хоча зовнішній вигляд у нього зовсім не шоколадний.

Якість какао – бобів і какао – масла повинна бути дуже високою, відповідати певним вимогам не тільки в процесі переробки, але ще під час дозрівання. Добросовісні виробники шоколаду не всі какао боби погоджуються прийняти на переробку. Справу вважають за краще мати тільки з певними господарствами, що культивують какао. В основному в нашу країну сировина для справжнього шоколаду поставляється з далекої африканської країни Кот-д'Івуар. Але є такі жири, які за смаковими якостями наближені до какао – масла. Окрім аналогів натурального какао-масла існують і синтезовані замінники: гідрогенізовані соняшникова, оливкова, соєва, пальмова олії. Продукти, виготовлені

на їх основі, теж смачні, тільки смак у них інший і називати їх шоколадом ніяк не можна, такі продукти правильно називати «кондитерська плитка» і «солодка плитка».

Слід пам'ятати важливе правило, зазначене у Законі України «Про захист прав споживачів» – на упаковці кожного товару обов'язково повинен бути вказаний повний склад компонентів продукту.

Справжній добротний шоколад не повинен містити консервантів, бо основний процес у виробництві – темперування (поступове контрольоване охолоджування при передбаченому температурному режимі) поширює по всій шоколадній масі максимальну кількість кристалів – β. Оптимальна структура цього кристала і дозволяє одержувати шоколад з тривалим терміном придатності.

Якщо процес темперування прискорений або виконаний з недостатнім дотриманням технологій, шоколад втрачає одну з найважливіших своїх властивостей – довговічність. У такому разі до нього починають додавати різні консерванти. Існуючими вимогами ДСТУ [1] в шоколаді дозволено використовування консервантів в розмірі не більше п'яти відсотків від загального складу. При цьому назви консервантів (сорбінова кислота, сорбат кальцію, сорбітол) повинні вказуватися на етикетці повністю. Якщо вони замасковані загальним словом «добавки», шоколад, скоріш за все, відноситься до фальсифікатів.

Висновки. З усього вищесказаного можна дійти висновку про те, що в перспективі обсяг виробництва зерна має тенденцію до росту; обсяг імпорту скорочується; обсяг експорту зростає. Можна відзначити, що загальна місткість ринку незначно скорочується. Це відбувається тому, що йде деяке скорочення чисельності населення, а також через прагнення підприємств збільшити експорт зерна.

Важливий вплив має і ріст життєвого рівня населення, через що воно починає споживати більш дорогі продукти і менше хліба. Прогнозоване заохочення експорту зерна і підтримка цін на зерно (у т. ч. фуражне) зумовить погіршення ситуації у тваринництві.

Якщо заходи щодо підтримки доходів виробників зерна виявляться неефективними і частка виробників в експортних контрактах буде мінімальною, а закупівельні ціни не стануть стимулом до нарощування виробництва продукції, то ріст

експорту може зумовити не тільки відносне, але й абсолютне скорочення пропозиції зерна на внутрішньому ринку України.

Але якщо врахувати, що виробництво зернових культур є найбільш рентабельним видом сільськогосподарської діяльності, який є внутрішнім «фінансовим донором» галузі та дає змогу підтримувати загальну позитивну рентабельність виробництва, то успішна зернова експортна експансія здатна забезпечити значне зростання валової доданої вартості у сільському господарстві України.

Список використаних джерел

1. ДСТУ 3924-2014. Шоколад. Загальні технічні умови [Чинний від 2015-07-01] Вид. офіц. Київ : Мінекономрозвитку України, 2015. 16 с.
2. Павлов В. І., Опьонова О. В., Павліха Н. В. Основи стандартизації, сертифікації та ідентифікація товарів. Київ : Кондор, 2004. 230 с.
3. Полікарпов І. С., Закусілов А. П. Ідентифікація товарів : підручник. Київ: Центр навчальної літератури, 2005. 344 с.
4. Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів [Електронний ресурс] : Закон України № 2639-XIII редакція від 06.12.2018 : офіц. веб-портал Верховна Рада України. Нормативно-правова база України. – Режим доступу: http://zakon.rada.gov.ua.

Освітня програма «Товарознавство і комерційна діяльність»

УДК 664.85

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ТА ХАРЧОВОЇ ЦІННОСТІ МАРМЕЛАДНИХ ВИРОБІВ

В. В. Богаєвський, *магістр спеціальності 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність освітня програма «Товарознавство і комерційна діяльність»*
О. О. Горячова, *к. т. н., доцент – науковий керівник*

Анотація. Стаття присвячена аналізу сучасного стану та перспектив підвищення якості та харчової цінності мармеладних виробів. Охарактеризовано рослинні добавки, які використовуються у технологіях желейних виробів.

Ключові слова: мармелад, фруктово-ягідні кондитерські вироби, асортимент, якість, желейний мармелад.

Abstract. The article is devoted to the analysis of the current state and prospects of improving the quality and nutritional value of marmalade products. The herbal additives used in jelly technology are described.

Keywords: marmalade, fruit and berry confectionery, range, quality, jelly marmalade.

Постановка проблеми в загальному вигляді. На сьогодні на ринку України цукрові кондитерські вироби представлені значним асортиментом. Особливо можна виділити зростання обсягу виробництва і попиту на желейні вироби. Це відбувається за рахунок їх приємного смаку, привабливого зовнішнього вигляду, невисокої ціни.

Мармелад – це невеликі вироби різноманітної форми з щільною желеподібною структурою. Поверхня більшості видів мармеладу покрита кристалами цукру, цукровою скориночкою або шоколадною глазур'ю для оберігання виробу від намокання в процесі зберігання і реалізації, оскільки при вариві мармеладної маси накопичується велика кількість (20–30 %) редукуючих цукрів.

Якість мармеладу формується в процесі виробництва. При приготуванні мармеладу необхідно уважно стежити за рецептурним складом, температурою, відносною вологістю повітря, вмістом сухих речовин. Для кожного виду мармеладу існує своя технологія виробництва – приготування суміші пюре, мармеладної маси, умови уварювання, режими сушіння та охолодження. На якість мармеладних виробів впливають хімічний, від змісту тих чи інших речовин залежать корисні властивості продукту.

Правильно приготовлений мармелад повинен зберігатися при певних умовах і для кожного виду мармеладу встановлюється термін придатності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Цукрові кондитерські вироби, зокрема мармелад желейно-фруктовий, мають значний попит у населення, особливо в дітей. Але, на жаль, використання в рецептурному складі значної кількості цукру та синтетичних барвників і ароматизаторів негативно впливає на харчову та біологічну цінність готових виробів. Значний внесок у вирішення питань підвищення якості та харчової цінності мармеладно-пастильних виробів зробили вітчизняні та закордонні вчені: А. М. Дорохович, К. Г. Іоргачова, В. І. Оболкіна,

Г. М. Лисюк, Л. В. Капрельянц, Т. Б. Циганова, В. М. Болотов та ін.

Останнім часом проведено багато досліджень щодо використання рослинних добавок у технологіях желейних виробів, проте, як правило, плодовоовочева сировина піддається тепловій або механічній обробці, що призводить до зменшення або втрати біологічно активних речовин [1].

Формулювання мети. Метою статті є аналіз шляхів підвищення якості та харчової цінності мармеладних виробів.

Виклад основного матеріалу дослідження. В умовах ринкової конкуренції актуальним є удосконалення існуючих технологій та розробка нових видів желейної продукції. Це можливо за рахунок розробки інноваційних технологій, створення продуктів підвищеної харчової і біологічної цінності, спеціального призначення, а також використання нових сировинних інгредієнтів.

Технологія виготовлення желейної продукції дозволяє вносити рослинні добавки в різних формах. Залежно від цього виділено наступні групи добавок: у натуральному вигляді, продукти переробки рослинної сировини, продукти переробки нетрадиційної рослинної сировини та їх комбінації.

Першою групою рослинних добавок (рис. 1) є додавання натуральних плодів (фруктів, овочів або ягід), що забезпечує уникнення їх термічної обробки на стадії підготовки сировини та збереження значної кількості біологічно активних речовин.

Так, ученими Державного університету Грузії запропоновано новий вид мармеладу фруктово-ягідного функціонального призначення з використанням місцевої сировини – кизилу. Використання плодів кизилу дозволило виключити з рецептури штучні барвники та ароматизатори, а також підвищити харчову цінність та знизити собівартість продукції [2].

В Уманському державному аграрному університеті вченими розроблено комплексну технологію переробки плодів чорної смородини для розширення асортименту кондитерських виробів з підвищеною біологічною цінністю [3].

Розроблено технології желейних виробів з використанням свіжих та заморожених ягід червоної смородини нових сортів, які володіють підвищеним вмістом біологічно активних речовин, а саме пектинів, органічних кислот, аскорбінової кислоти, Р-активних речовин, що дозволяють отримати якісний дієтич-

ний продукт функціонального призначення з високою харчовою цінністю без додавання драглеутворювача [4].

Рисунок 1 – Класифікація рослинних добавок, які використовуються у технологіях желейних виробів

Другою групою рослинних добавок є продукти переробки фруктів, овочів та ягід – добавки, отримані шляхом обробки або переробки натуральних плодів із застосуванням таких стадій, як консервування, сушіння, варіння, подрібнення, екстракція та ін. Асортимент цих продуктів значний, а саме: пасти, вичавки, порошки, соки, пюре та підварки, екстракти, консервовані або висушені фрукти та овочі тощо.

У Латвійському сільськогосподарському університеті було розроблено нову технологію мармеладу з пюре гарбуза та дикої солодкої горобини, що дозволяє збагатити вироби каротиноїдами та дубильними речовинами [1].

Розроблена технологія фруктово-желейного мармеладу, збагаченого мінеральними речовинами, поліфенольними сполуками та ін., на основі гарбузового пюре з фруктово-ягідними та овочевими добавками: обліпихою, калиною, лимонником, смородиною та морквою [5].

Ученими розроблено спосіб виготовлення вітамінного желейного мармеладу. Як джерело вітамінів вводять свіжовичавлений або свіжовичавлений швидкозаморожений сік моркви, лимону, малини, чорниці, буряка або томату за температури сиропу 40…90 °С [1].

Українськими вченими розроблено мармелад з оздоровчими властивостями, який виготовляється з яблучним пюре та порошком м’яти перцевої або глоду. Даний склад сприяє збагаченню желейних виробів виробів на пектинові, дубильні речовини, вітаміни, органічні кислоти [6].

Додавання продуктів переробки нетрадиційної сировини (третя група) дозволяє розширити асортимент желейних виробів лікувального або лікувально-профілактичного характеру за рахунок додавання настоїв та екстрактів трав і лікарських рослин тощо.

У Харківському державному університеті харчування та торгівлі розроблена технологія желейного мармеладу на агарі з кріас-порошками з чорноплідної горобини, листя кропиви, суцвіть нагідок у кількості 0,7–0,74 % від загальної маси системи. Додавання цих добавок дозволяє збагатити желейні вироби, каротиноїдами, хлорофілами, вітаміном С, антоціановими та пектиновими речовинами [7].

Аналіз літературних джерел показав, що комплексне введення рослинних добавок (четверта група): у натуральному вигляді та продуктів переробки рослинної сировини, продуктів переробки плодів та овочів і нетрадиційної рослинної сировини до желейних виробів є актуальним під час виробництва желейних виробів [1].

Висновки. Таким чином, на основі аналітичного огляду літературних та патентних джерел досліджено сучасний стан та перспективи підвищення якості та харчової цінності желейних виробів за рахунок додавання рослинних добавок. Установлено, що використання різноманітних добавок рослинного походження в технологіях мармеладних виробів, є одним з найбільш перспективних технологічних заходів для надання їм оздоровчих та лікувально-профілактичних властивостей, але в багатьох випадках добавки потребують додаткової механічної або

теплової обробки, що призводить до втрати біологічно активних речовин.

Список використаних джерел

1. Шматченко Н. В. Удосконалення технології мармеладу желейно-фруктовогоз викоритсанням плодово-овочевих кріодобавок : дис. … канд. техн. наук : 05.18.01. Харків, 2018. 205 с.
2. 2.Хецуриани Г. С., Хуцирзе Ц. З. Новый ассортимент мармеладо-пастильных изделий функционального назначения. Хлебопекарное и кондитерское дело. 2012. № 3. С. 98–99.
3. Осокіна Н. М., Герасимчук О. П. Удосконалення виробництва желе та конфітюру чорносмородинових в комплексній переробці : зб. наук. пр. Уманського ДАУ. 2009. Вип. 70. Ч. 1. С. 58–64.
4. Мясищева Н. В., Артемова Е. Н. Целесообразность использования свежих и замороженных ягод красной смородины новых сортов в технологии функциональных желейных продуктов. Технология и товароведение инноваций пищевых продуктов. 2011. № 2. С. 44–52.
5. Парфенова Т. В., Коростылева Л. А., Быстрова А. Н. Фруктовожелейный мармелад на основе тыквы. Кондитерское производство. 2008. № 2. С. 14–16.
6. Склад мармеладу з оздоровчими властивостями «Свіжість»: пат. 86343, Україна, МПК А 23 L 1/06; Іванова В. Д., Липкань Л. М. № 201308426; заявл. 04.07.2013; опубл. 25.12.2013.
7. Лисюк Г. М., Туз Н. Ф., Артамонова М. В. Залежність функціональних властивостей драглів агару від концентрованих кріас-порошків. Хлібопекарна і кондитерська промисловість України. 2010. № 31. С. 18–20.

ФІНАНСИ, БАНКІВСЬКА СПРАВА ТА СТРАХУВАННЯ

Освітня програма «Фінанси і кредит»

УДК 336.13

МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

О. С. Деєв, *магістр спеціальності 072 Фінанси, банківська справа та страхування освітня програма «Фінанси і кредит»*
О. В. Гасій, *к. е. н., доцент – науковий керівник*

Анотація. Пошук дієвих шляхів удосконалення напрямів оцінки рівня фінансової безпеки сьогодні є актуальним завданням менеджменту кожного підприємства. Проаналізовано

підходи до оцінки та аналізу фінансово-економічних показників для вивчення негативних впливів на фінансовий стан підприємства. Запропоновано узагальнену методику оцінки рівня фінансової безпеки підприємства на основі розрахунку інтегрального показника. Практична значущість застосування показника оцінки рівня фінансової безпеки підприємства полягає в тому, що на основі отриманих даних формулюються орієнтири його розвитку в довгостроковій перспективі.

Ключові слова: ризик, управління, фінансова безпека.

Abstract. Finding effective ways to improve the assessment of the level of financial security today is an urgent task of the management of every enterprise. Approaches to the assessment and analysis of financial and economic indicators to study the negative effects on the financial condition of the enterprise are analyzed. The generalized technique of an estimation of a level of financial safety of the enterprise on the basis of calculation of an integrated indicator is offered. The practical significance of the calculated results of the integrated level of financial security of the enterprise is that on the basis of the obtained data the guidelines of its development in the long run are formulated.

Keywords: integrated indicator, risk, management, financial security.

Постановка проблеми. Фінансова безпека підприємства є вкрай важливою складовою процесу стратегічного забезпечення його успішного функціонування в умовах нестабільності. Тому пошук дієвих шляхів удосконалення методів оцінки фінансової безпеки сьогодні є актуальним завданням менеджменту кожного підприємства.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Дослідженням теоретико-практичних аспектів управління фінансовою безпекою підприємств займалися провідні вітчизняні та зарубіжні вчені-економісти: О. І. Барановський, І. О. Бланк, М. М. Єрмошенко, А. О. Єпіфанов, С. М. Ілляшенко, Т. Б. Кузенко, В. В. Лук'янова, В. М. Нижник, О. О. Орлов, О. Л. Пластун та ін. При цьому питання оцінки проблем забезпечення достатнього рівня фінансової безпеки суб'єктів підприємництва є актуальним.

Формулювання мети. Метою статті є вдосконалення напрямів оцінки рівня фінансової безпеки підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Фінансова безпека підприємства – це така його інтегральна характеристика, що характеризує узагальнений рівень розвитку підприємства за захисним, ризиковим, комплексним, ресурсно-функціональним та стратегічним підходами (рис. 1).

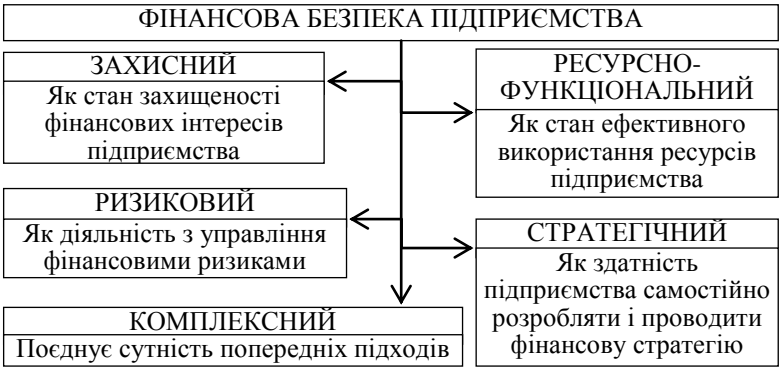


Рисунок 1 – Підходи до визначення фінансової безпеки підприємства [1–5]

Рівень фінансової безпеки підприємства повинен мати кількісне вираження та якісну оцінку. Загалом фінансова безпека підприємства може досліджуватися за різними підходами (рис. 2). Їх особливістю є розрахунок значного масиву фінансово-економічних показників, які потрібно вміти вчасно та правильно підібрати і проаналізувати, щоб описати найважливіші сторони його діяльності.

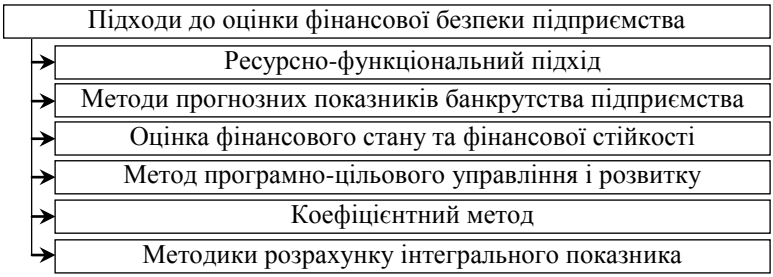


Рисунок 2 – Підходи до оцінки фінансової безпеки підприємства

Найбільш поширеними є методики розрахунку інтегрального показника, що визначають той чи інший рівень фінансової безпеки підприємства в заданих межах. На нашу думку, найбільш прийнятною методикою для визначення рівня фінансової безпеки підприємства є розрахунок інтегрального показника, що системно описував би рентабельність роботи підприємства та ефективність використання його майна, ділову активність і здатність вчасно розраховуватися за зобов'язаннями та інші сторони діяльності підприємства. Перелік показників можна звужувати або розширювати залежно від цілей управління підприємством.

Так, наприклад, згідно підходу Ю. Кракоса та Р. Разгона комплексний показник фінансової безпеки підприємства враховує [4]:

1. Комплексну оцінку управління підприємства.
2. Комплексну оцінку платоспроможності і фінансової стійкості підприємства.
3. Комплексну ділову активності підприємства.
4. Комплексну ринкову стійкість підприємства.
5. Комплексну інвестиційну привабливість підприємства.

На думку В. Зарубинського й Н. Зарубинської [3] фінансова безпека підприємства є складовою економічної безпеки, яка, у свою чергу, оцінюється набором коефіцієнтів, що характеризують фінансовий стан підприємства (ліквідність оборотних коштів та їх швидкість, оборот товарних запасів, ефективність використання сукупних активів, ймовірність банкрутства, точка беззбитковості).

На нашу думку, алгоритм розрахунку інтегрального показника рівня фінансової безпеки підприємства включає п'ять етапів.

1. На першому етапі виникає потреба систематизації фінансових показників, які є найбільш важливими для оцінки діяльності підприємства.
2. На другому етапі відбувається системне узагальнення розрахункових показників у низку типових блоків за обраними напрямами.
3. Третій етап передбачає визначення ступеня значимості відібраних розрахункових факторів на результати підприємства.
4. На четвертому етапі здійснюється розрахунок інтегрального показника як сукупності узагальнених значень блоків показників на етапі 2.

5. На п’ятому етапі надається характеристика рівня фінансової безпеки підприємства за розрахунковим інтегральним коефіцієнтом за заданими діапазонами (рис. 3). Такі діапазони визначаються для кожного підприємства з урахуванням специфіки його діяльності.

Дана методика є універсальною при визначенні рівня фінансової безпеки підприємства та враховує особливості конкретної галузі його функціонування.

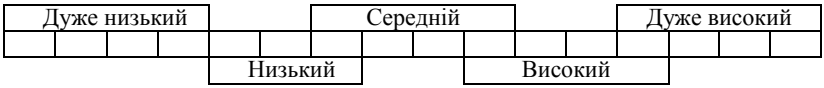


Рисунок 3 – Діапазони значень рівня фінансової безпеки підприємства за інтегральним показником [4]

Висновки. Отже, сучасні умови здійснення підприємницької діяльності стимулюють до пошуку нових способів зниження дестимулюючих впливів на фінансовий стан підприємств. Запропонована загальна методика ґрунтується на розрахунку інтегрального показника, адаптується під особливості конкретної галузі та описує резерви її зміцнення.

Список використаних джерел

1. Волошин В. І. Пріоритети та методи забезпечення економічної безпеки малого і середнього підприємництва : дис. канд. ек. наук : 08.00.03 економіка та управління національним господарством. – Львів, 2008. – 196 с.
2. Воробйов Ю. М. Фінансова безпека будівельних підприємств : монографія / Ю. М. Воробйов, О. І. Воробйова, О. Г. Блажевич. – Сімферополь : ВД «АРІАЛ», 2013. – 180 с.
3. Зарубинский В. М. Финансовое управление предприятием на основе использывания открытой информации / В. М. Зарубинский, Н. С. Зарубинская // Актуальні проблеми економіки. – 2002. – № 12. – С. 31–41
4. Кракос Ю. Б. Управління фінансовою безпекою підприємств / Ю. Б. Кракос, Р. О. Разгон // Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського «ХАІ». – Сер.: Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики, 2008. – № 1(1) 96.
5. Макарова И. Л. Анализ методов определения весовых коэффициентов в интегральном показателе общественного здоровья / И. Л. Макарова // Символ науки. – 2015. – № 7–1. – С. 87–95.

УДК 336.144.36:658.14/.17

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ДІЛОВОЮ АКТИВНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ КРИЗИ

А. В. Зінченко, *магістр спеціальності 072 Фінанси, банківська справа та страхування освітня програма «Фінанси і кредит»*
Г. М. Сидоренко-Мельник*, к. е. н., доцент – науковий керівник*

Анотація. У статті досліджуються теоретико-методичні засади управління діловою активністю підприємства в умовах кризи. Увагу приділено аналізу факторів зовнішнього та внутрішнього бізнес-середовища українських підприємств. Визначено особливості та окреслено вимоги до забезпечення ефективності функціонування системи управління діловою активністю з урахуванням ризиків та обмежень.

Ключові слова: ділова активність, управління діловою активністю, криза.

Abstract. Theoretical and methodological ambushes to the management of business assets in the minds of the crisis continue to take place. Respect is given to the analysis of factors of global and internal business environment of Ukrainian enterprises. It is characterized by special features and strengthened capacity to ensure effective functioning of the systems for management of business assets against risks and conflicts of interests.

Keywords: business activity, business activity management, crisis.

Постановка проблеми. Функціонування будь-якого підприємства неможливе без управління його фінансово-господарською діяльністю. Процес координації дій на підприємстві реалізується саме через функцію управління, головною метою якої є досягнення поставлених цілей та виконання місії підприємства. Ефективне управління діловою активністю потребує фундаменту у вигляді надійної теоретичної бази (системний підхід, принципи та комбінація методів, контроль та моніторинг ефективності). Загальновідомо, що метою функціонування системи управління є вироблення і реалізація управлінських рішень для формування необхідної поведінки керованої системи в умовах різновекторних впливів внутрішнього та зовнішнього середовища для досягнення сформульованих цілей. Реалії сьогодення висувають коло вимог для подолання негативних наслід-

ків, що зумовлені дією кризових проявів нестабільності та підвищеного ризику. В умовах кризи процедури аналізу загрозливих і небезпечних ситуацій в ході підготовки стратегічних, тактичних або оперативних рішень дозволяють оцінити ту зміну рівня небезпеки, який може виникнути, або вказати фактори загрози, які можуть викликати її перебіг з потенційного на реальний. Відсутність оперативного реагування на стратегічні питання, які потребують термінового вирішення може спричинити суттєве погіршення ділової активності підприємства на навіть спричинити його банкрутство.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Проблеми визначення сутності, оцінювання та управління діловою активністю розглядаються в працях зарубіжних учених-економістів, зокрема таких як Д. А. Аакер, Е. Дж. Долан, К. Д. Кемпбел, Р. Дж. Кемпбел, Л. А. Беренстайн, А. Д. Шеремет, В. В. Ковальов, Г. В. Савицька, Р. С. Сайфулін та ін. Розробці окремих аспектів даної проблеми присвячені роботи вітчизняних економістів, як-то Т. А. Лахтіонова, Р. О. Костирко, М. Д. Білик, О. В. Павловська, Н. Ю. Невмержицька, Є. В. Мних, Н. М. Притуляк, В. О. Подольська та ін. Водночас слід відзначити, що існує об'єктивна необхідність у додатковому дослідженні окремих науково-методичних підходів до управління діловою активністю на підприємстві в умовах кризи.

Формулювання мети. Метою статті є поглиблення практичних та теоретичних засад управління діловою активністю підприємства в умовах кризи на основі врахування особливостей побудови та реалізації його ефективного механізму.

Виклад основного матеріалу дослідження. Система управління підприємством, що керується концепцію управління діловою активністю, є комплексом принципів, функцій, управлінських відносин та механізму управління, які разом приводять до виконання головної місії підприємства – задоволення потреб і запитів споживачів [1].

Ділову активність характеризують як мотивований макро- і мікроекономічним рівнем управління процес стійкої господарської діяльності організації, направлений на забезпечення її позитивної динаміки, збільшення трудової зайнятості та ефективне використання ресурсів з метою досягнення ринкової конкурентоспроможності [2]. Тобто ділова активність виражає ефективність використання матеріальних, трудових, фінансових

й інших ресурсів за всіма бізнес-лініями діяльності і характеризує якість управління, можливості економічного зростання і достатність капіталу. Вона передбачає оцінку ринкової ситуації, яка характеризується обсягом виробництва, інвестицій, кількістю і розміром угод, станом портфелю замовлень, динамікою зайнятості, цін, завантаження виробничих потужностей тощо.

Саме ринкова ситуація, яка склалась на сьогодні в Україні має ознаки кризи та накладає ряд обмежень. Збіг господарських умов та чинників, при яких формується тенденція до погіршення стану підприємства та спостерігається нестійка динаміка оціночних показників ділової активності формує проблемну ситуацію. Кризовий фінансовий стан, відсутність інноваційної діяльності, звужений тип виробництва, стійка негативна тенденція спаду оціночних показників, неефективне використання ресурсів – критичну.

Погіршення загальних умов функціонування українських підприємств пов'язано, насамперед, з пандемією та обмеженнями, що звужують фінансові можливості підприємств. Обмежено доступ до кредитних джерел коштів, нарощення власних – мінімальне. Гостро стоять проблеми збереження сталих зв'язків, налагодження ритмічної та синхронної взаємодії між контрагентами (наприклад, ділові партнери зазнали негативного впливу обмежень і не здійснюють звичайну господарську діяльність, постачальники не в змозі забезпечити своєчасність поставок), встановлення режимів роботи в надзвичайних ситуаціях (локдаун) призводить до втрати продуктивності. При здійсненні операційної діяльності в умовах карантину підприємства відчувають недостатність обігових коштів для оплати праці персоналу, брак коштів на сплату податків, виконання контрактних зобов'язань, включаючи виплату орендної плати та операцій. Українські підприємства не мають достатнього запасу міцності, щоб працювати як звичайно в особливих умовах карантину.

Вважається, що «в широкому розумінні ділова активність означає весь спектр зусиль, спрямованих на просування фірми на ринках продукції, праці, капіталу» [3]. У зв'язку з тим, що діяльність будь-якого суб'єкта господарювання спрямована на кінцевого споживача, він також своїми вимогами до продукції та фінансовими можливостями впливає на діяльність підприємства. Ситуація кризи формує наявність таких негативних факторів як зниження споживчого попиту, що викликане падінням

купівельної спроможності споживачів, спрямування коштів на заощадження в умовах невизначеності проти розширення запитів.

Господарська діяльність підприємств у кризовий період вимагає узгодження різних підходів до розвитку (на перший план виходять підтримка та захист) операційної діяльності та удосконалення управління діловими операціями.

Актуальним вважаємо дотримання принципів системного підходу в реалізації ефективної системи управління діловою активністю підприємства в умовах кризи. До них належать: принципи цілеспрямованості та гнучкості системи; принцип емерджентності, або «постулат цілісності»; принцип структурно-функціональної єдності системи; взаємозв'язку та відкритості; різноманітності; децентралізації; принцип нелінійності; ієрархічність [4].

Особливої уваги потребує налагодження комплексної системи інформаційного забезпечення процесу управління діловою активністю підприємства. Виходячи з того, що кожна система управління становить сукупність усіх елементів, підсистем і комунікацій між ними, а також процесів, що забезпечують задане функціонування [5] на перший план висуваються такі вимоги до інформації, як своєчасність, достатність, об'єктивність та точність. Створення ефективної схеми інформаційних потоків між керуючою та керованою системою в межах управління діловою активністю підприємства впорядкує керівний вплив одна на одну, використовуючи канали зв'язку (прямого та зворотного), які сприймають вплив зовнішнього середовища, забезпечуючи таким чином функціонування (працездатність) усієї системи.

Контроль ділової активності слід розглядати як окрему підсистему, яка органічно та взаємопов'язано повинна діяти в межах всієї системи менеджменту фінансового стану підприємства. Тільки тоді за допомогою такого важеля, як рівень ділової активності, можливо підвищити кінцеву ефективність діяльності будь-якого суб'єкта господарювання [6]. В умовах кризи способом контролю ділової активності можуть виступати ключові показники ефективності (KPI) та система збалансованих показників.

Забезпечення постійно діючої підсистеми фінансового моніторингу ділової активності сприятиме своєчасному виявленню

відхилень фактичних результатів фінансово-господарської діяльності підприємств від очікуваних, ідентифікації причин, що призвели до невідповідностей. Фінансовий моніторинг «створює базу для розробки пропозицій з відповідного коригування окремих напрямів діяльності з метою її нормалізації та підвищення ефективності. Проведення фінансового моніторингу ділової активності на підприємстві дозволить виявити ймовірність настання кризової ситуації ще до її виникнення, розробити можливі методи її уникнення або зниження негативного впливу на підприємство в цілому» [7].

Висновки. Прогнозоване зниження ділової активності українських підприємств є наслідком глобальних шоків: несприятливої ситуації на важливих для України сировинних ринках, закриття товарних ринків для українських експортерів, зміни глобальних виробничих ланцюжків та локальних проблем: карантинні обмеження, падіння купівельної спроможності споживачів і т.ін.

Отже, забезпечення системного й комплексного відстеження (моніторингу) об'єктивних і суб'єктивних факторів зовнішнього й внутрішнього середовища, контролю за ключовими показниками ефективності й своєчасного корегування стратегії й тактики в системі управління діловою активністю підприємства виступають запорукою успішності реалізації програми організації розвитку підприємства в умовах кризи.

Список використаних джерел

1. Харченко В. Ділова активність як складова системи управління розвитком промислового підприємства [Електронний ресурс] / В. Харченко. – Режим доступу: http://ea.dgtu.donetsk.ua:8080/jspui/bitstream/123456789/25338/1.
2. Лахтіонова Л. А. Фінансовий аналіз суб'єктів господарювання : монографія / Л. А. Лахтіонова. – Київ : Вид-во КНЕУ, 2001. – 387 с.
3. Куриленко Т. П. Теоретичні аспекти визначення ділової активності / Т. П. Куриленко // Науковий вісник Академії муніципального управління : зб. наук. пр. Вип. 6. – Київ : АМУ, 2009. – 320 с.
4. Мукомела-Михалець В. О. Концептуальні засади створення ефективної системи управління діловою активністю машинобудівного підприємства / В. О. Мукомела-Михалець // Вісник Хмельницького національного університету, 2011. – № 3, Т. 1. – С. 23–27.

5. Наливайко А. Теорія стратегій підприємства. Сучасний стан та перспективи розвитку : монографія / А. Наливайко. – Київ : Вид-во КНЕУ, 2001. – 227 с.
6. Сидоренко-Мельник Г. М. Контроль ділової активності підприємства за ключовими показниками ефективності / Г. М. Сидоренко-Мельник, Ю. А. Козлова // Економіка та держава. – 2013. – № 10. – С. 74–75.
7. Сидоренко-Мельник Г. М. Організаційно-методичні засади фінансового моніторингу ділової активності підприємства / Г. М. Сидоренко-Мельник // Бізнес Інформ : Міжнародний науковий економічний журнал. – Харків : ХНЕУ, 2013. – № 11 (430). – С. 281–284.

УДК 338.26

МЕТОДИ ФІНАНСОВОГО ПЛАНУВАННЯ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

А. А. Костюченко, *магістр спеціальності 072 Фінанси, банківська справа та страхування освітня програми «Фінанси і кредит»*
С. П. Прасолова, *к. е. н., доцент – науковий керівник*

Анотація. У статті розглянуто систему методів фінансового планування як спосіб визначення сценаріїв розвитку підприємства. Визначено, що застосування балансового методу дозволяє забезпечити балансування статей витрат із конкретними джерелами їх покриття; на основі нормативного методу розраховується потреба підприємства у фінансових ресурсах та їх джерела. Доведено доцільність методу економіко-математичного моделювання, що дає змогу перейти в плануванні від середніх величин до оптимальних варіантів. Виялено проблеми фінансового планування вітчизняних підприємств, що обумовлюють зниження рівня його ефективності.

Ключові слова: фінансовий план**,** фінансове планування**,** методи фінансового планування.

Abstract. The article considers the system of financial planning methods as a way to determine the scenarios of enterprise development. It has been determined that the application of the balance method allows to provide expenditures balance with specific sources of their coverage; based on the normative method, the company's need for financial resources and their sources can be estimated. The expediency of the economic-mathematical modeling method has

been proved, as it allows to improve in planning from average values to optimal variants. Problems of domestic enterprises financial planning, which cause a decrease in the efficiency level, have been identified.

Keywords: financial plan, financial planning, methods of financial planning.

Постановка проблеми. В сучасних умовах невизначеності та невпевненості в подальшому, коли економіка країни є мінливою і ніхто не захищений від економічних ризиків, підприємства підвищену увагу приділяють впровадженню ефективного фінансового планування, формам та методам контролю за виконанням фінансового плану.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Вагомий внесок у розроблення теоретичних і практичних засад відображення ролі фінансового планування на підприємстві зробили такі зарубіжні та вітчизняні науковці: О. І. Барановський, М. Д. Білик, І. О. Бланк, Ф. Ф. Бутинець, С. Ф. Голов, А. Г. Загородній, Є. Є. Іонін, В. Й. Плиса тощо. Проте залишається ще чимало невирішених проблем щодо фінансового планування, які потребують детального дослідження і розробки пропозицій для практичної діяльності підприємства.

Формулювання мети. Метою статті є дослідження методів фінансового планування, що є ефективними в сучасних умовах функціонування вітчизняних підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Планування фінансових показників підприємства здійснюється за допомогою певних методів, під якими розуміють конкретний спосіб, технічний прийом розрахунків показників. При цьому варто звернути увагу на те, що методи планування мають відповідати зовнішнім умовам господарювання, особливостям різних станів процесу становлення та розвитку ринкових відносин; враховувати специфіку діяльності об’єктів планування та різноманітність засобів і шляхів досягнення головної підприємницької мети – збільшення прибутку [127, с. 532].

До основних методів, що використовуються у фінансовому плануванні, відносять:

– балансовий метод, зміст якого полягає в балансуванні підсумкових показників доходів і витрат, при цьому для кожної статті витрат визначаються конкретні джерела покриття. Для цього використовуються певні способи: нормативний, розрахун-

ково-аналітичний, оптимізація планових рішень, економіко-математичне моделювання;

– нормативний, відповідно до якого фінансове планування здійснюється на основі фінансових норм та економічних нормативів, розраховується потреба підприємства у фінансових ресурсах та визначаються їх джерела. Такими нормативами є: ставки податків, ставки, зборів та внесків, норми амортизаційних відрахувань, норми оборотних коштів. При цьому виділяють галузеві, регіональні та індивідуальні норми та нормативи;

– розрахунково-аналітичний метод, за умови використання якого планові показники мають розраховуватися на підставі аналізу фактичних фінансових показників, які вважаються базовими, та їх зміни у плановому періоді;

– метод економіко-математичного моделювання, що дає можливість знаходити кількісне вираження взаємозв'язку між фінансовими показниками та факторами, що їх визначають. Економіко-математичне моделювання дає змогу перейти в плануванні від середніх величин до оптимальних варіантів, оскільки підвищення рівня наукової обґрунтованості планування потребує розробки кількох варіантів планів виходячи з різних умов та шляхів розвитку підприємства з наступним відбором оптимального варіанта фінансового плану [2–4].

Розглянуті методи планування вважаються основою так званого формального планування. Але окрім формального планування практично кожен менеджер використовує так зване «інтуїтивне передбачення», а саме, планування, що ґрунтується на досвіді керівника, а також з використанням таких індивідуальних якостей, як інстинкт, винахідливість, творчі здібності, особливе чуття тощо. На думку науковців, інтуїтивне планування може успішно поєднуватись із формальним, а в окремих випадках навіть бути ефективнішим [4]. І пояснюється це тим, що формальне планування – це узагальнення типових ринкових явищ, які повторюються.

Незважаючи на вищезазначене, у сучасних умовах господарювання реального сектору економіки гостро проявляються проблеми фінансового планування, що обумовлюють зниження його якості на підприємствах. Серед цих проблем науковці визначають:

– відсутність прогнозів кількісних факторів зовнішнього середовища (інфляції, відсоткових ставок, тарифів тощо) та аналізу чутливості планових фінансових показників на можливі зміни факторів внутрішнього та зовнішнього середовища;

– відсутність розробки та оцінювання альтернативних варіантів фінансових планів;

– низька оперативність розробки планів через недостатність, або недостовірність інформації, відсутність взаємозв'язків між підрозділами підприємства, довготривалість процедури узгодження фінансових планів;

– відсутність комплексності процесу фінансового планування через брак єдиних внутрішніх стандартів складання фінансових планів;

– низький рівень використання сучасних інформаційних технологій та програмного забезпечення для розробки фінансових планів;

– відсутність тісного взаємозв'язку фінансового планування з іншими функціями управління фінансами підприємства (фінансовим аналізом та фінансовим контролем), які взаємообумовлюють одна одну;

– недостатня обґрунтованість, нереальність та практична непридатність фінансових планів [1, с. 129].

Висновки. З'ясовано методичний інструментарій підготовки фінансового плану суб'єкта господарювання та виокремлено особливості кожного методу, що застосовується у процесі фінансового планування діяльності вітчизняних підприємств.

Список використаних джерел

1. Гавриш О. М. Фінансовий менеджмент : практикум / О. М. Гавриш, І. В. Колупаєва, В. А. Дубровіна. – Харків : Світ книг, 2015. – 204 с.
2. Гонта О. Фінансове планування на підприємствах реального сектору економіки / О. Гонта, О. Кальченко // Проблеми і перспективи економіки та управління. – 2017. – № 4 (12). – С. 128–133.
3. Непочатенко О. О. Фінанси підприємств : навч. посіб. / О. О. Непочатенко. – Київ : Центр навч. л-ри, 2013. – 504 с.
4. Щербань О. Д. Види та методи фінансового планування на підприємстві / О. Д. Щербань // Молодий вчений. – 2017. – № 6 (46). – С. 530–534.

УДК 658.155

ФОРМУВАННЯ МОДЕЛІ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ ПІДПРИЄМСТВ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ НА ОСНОВІ ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛІНГУ

Н. А. Кулиняк, *магістр спеціальності 072 Фінанси, банківська справа та страхування освітня програма «Фінанси і кредит»;*
А. А. Руденко, *магістр спеціальності 072 Фінанси, банківська справа та страхування освітня програма «Фінанси і кредит»*
О. А. Горбунова, *ст. викладач кафедри фінансів та банківської справи – науковий керівник*

Анотація. Стабільність функціонування підприємства ґрунтується на достатності фінансових ресурсів та їх постійному кругообігу. За таких умов особливої актуальності набувають питання забезпечення ефективного управління фінансовими ресурсами. У даній статті здійснено формування моделі управління фінансовими ресурсами підприємств споживчої кооперації на основі фінансового контролінгу.

Ключові слова: фінансові ресурси, модель управління фінансовими ресурсами, фінансовий контролінг

Abstract. The stability of the enterprise is based on the adequacy of financial resources and their constant circulation. Under such conditions, the issues of ensuring effective management of financial resources become especially relevant. In this article the formation of the model of financial resources management consumer cooperatives on the basis of financial controlling.

Keywords: financial resources, model of financial resources management, financial controlling.

Постановка проблеми. У сучасних умовах економічного розвитку система управління підприємствами споживчої кооперації зазнає глибоких змін. За таких обставин виникає необхідність застосування нових підходів і методів щодо формування нової системи управління з метою забезпечення ефективної діяльності підприємств.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Дослідженню питань щодо управління фінансовими ресурсами підприємств та підприємств споживчої кооперації присвячена значна кількість наукових напрацювань. Розвиткові теорії та практики управління фінансовими ресурсами, забезпеченню його інформаційної бази сприяли праці таких відомих вітчизняних та зарубіжних вчених як: Брігхем Ю., Бланк І., Карцева В., Кириченко О.,

Коваленко Л., Педченко Н., Поддерьогін А., Ремньова Л., Терещенко О. та інші.

Формулювання мети. Метою даної статті є формування моделі управління фінансовими ресурсами підприємств споживчої кооперації на основі фінансового контролінгу.

Виклад основного матеріалу дослідження. У системі споживчої кооперації впроваджуються ринкові механізми господарювання, зростає підприємницька активність. Усе це розширює масштаби господарської діяльності та створює умови для покращення результативних показників.

Рисунок 1 – Класифікація факторів виникнення кризової ситуації у споживчій кооперації [авторська розробка]

Виникнення кризової ситуації на багатьох українських підприємствах, у тому числі і системі споживчої кооперації, пов’язане з низьким рівнем антикризового менеджменту, некваліфікованими та помилковими діями керівництва.

Ефективна система управління має бути спрямована на формування відповідної бази обліку та звітності підприємства, постійний моніторинг фінансового забезпечення та підтримку фінансової рівноваги, формування оптимальної структури фінансових ресурсів, врахування впливу факторів зовнішнього середовища.

Нами виділені фактори, які на нашу думку, створюють найбільш значний вплив на діяльність підприємств споживчої кооперації (рис. 1). Нестабільність цих чинників вимагає від керівництва системи використовувати найбільш сучасні методи і підходи в управлінні.

Враховуючи думки сучасних вчених-економістів, ми вважаємо, що система управління підприємством і фінансовими ресурсами зокрема має ґрунтуватись на принципах фінансового контролінгу, як її необхідної складової, споживча кооперація в цьому контексті не є виключенням.

Фінансовий контролінг тісно взаємодіє з фінансовим менеджментом та включає такі основні елементи як ризик менеджмент управління активами, управління капіталом.

На нашу думку, фінансовий контролінг має посідати центральне місце в управлінні підприємством, пов'язуючи всі функції управління, включаючи моніторинг та забезпечуючи зворотній зв'язок між ними.

Ми пропонуємо наступну модель управління підприємствами та організаціями споживчої кооперації на основі фінансового контролінгу (рис. 2).

Рисунок 2 – Модель системи управління фінансовими ресурсами підприємств споживчої кооперації на основі фінансового контролінгу [складено автором на основі 1–3]

Основними завданнями фінансового контролінгу в процесі прийняття ефективних управлінських фінансових рішень є:

– оцінка і підготовка структурованої контролінгової інформації;

– моніторинг фінансового забезпечення діяльності підприємства;

– планування і прогнозування основних показників діяльності підприємства;

– аналіз і виявлення відхилень ключових показників діяльності;

– контроль за виконанням обраної фінансової стратегії.

Висновки. Нестабільність чинників зовнішнього та внутрішнього середовища вимагає від керівництва підприємств споживчої кооперації використання сучасних методів і підходів у фінансовому управлінні. Враховуючи думки сучасних вчених-економістів, ми вважаємо, що система управління фінансовими ресурсами підприємства має ґрунтуватись на принципах фінансового контролінгу. У даному контексті основними завданнями фінансового контролінгу в процесі прийняття ефективного управлінського рішення є: підготовка відповідної інформації, постійний моніторинг фінансового забезпечення діяльності, планування і прогнозування основних показників діяльності, аналіз і виявлення відхилень, контроль.

Список використаних джерел

1. Карцева В. В. Необхідність використання контролінгу в управлінні підприємством / В. В. Карцева // Матеріали міжнар. наук.-практ. конф. «Актуальні проблеми розвитку обліку, контролю та аналізу в умовах глобальних економічних змін». – Полтава : 2010. – С. 307–311.
2. Карцева В. В. Методичні підходи до формування системи фінансового контролінгу на підприємстві / Карцева В. В. // Економічний форум. Науковий журнал. Луцький національний технічний університет. м. Луцьк. – № 1. – 2013. – С. 312–316.
3. Карцева В. В. Фінансовий контролінг підприємств і організацій споживчої кооперації / В. В. Карцева – Полтава : ПУЕТ, 2013. – 335 с.
4. Кириченко О. А. Фінансовий менеджмент як інструмент управління підприємством / О. А. Кириченко, К. Г. Ваганів // Вчені записки. – 2017. – № 2. – С. 93–99.
5. Коваленко Л. О. Фінансовий менеджмент : навч. посіб. / Л. О. Коваленко, Л. М. Ремньова. – [3-те видання, випр. і допов.]. – Київ : Знання, 2008. – 483с.

6. Стратегічний розвиток підприємств регіону: фінансовий аспект : монографія / [В. В. Карцева, Н. С. Педченко, А. А. Фастовець та ін.] ; за заг. ред. В. В. Карцевої. – Полтава : ПУЕТ, 2011. – 171 с.

УДК 658.1

ЕФЕКТИВНЕ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ ПІДПРИЄМСТВА ЯК УМОВА УСПІШНОЇ СТРАТЕГІЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЙОГО ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ

А. О. Опанасюк, *магістр спеціальності 072 Фінанси, банківська справа та страхування освітня програма «Фінанси і кредит»;*
А. Г. Пінчук, *магістр спеціальності 072 Фінанси, банківська справа та страхування освітня програма «Фінанси і кредит»*
Н. С. Педченко, *д. е. н., професор кафедри фінансів та банківської справи – науковий керівник*

Анотація. У статті наведено взаємозв'язок між фінансовими ресурсами і забезпеченням фінансової стійкості підприємства. Визначені завдання планування й організації діяльності підприємства у напрямі формування і використання фінансових ресурсів. Поєднано функціональний та процесний підхід в управлінні. Ідентифіковано основні завдання управління фінансовими ресурсами підприємства, зокрема формування необхідного обсягу фінансових ресурсів; оптимізація при використанні наявних фінансових ресурсів; мінімізація фінансового ризику, пов'язаного з використанням різних видів фінансових ресурсів та максимізація прибутку й на його основі підвищення ринкової вартості підприємства.

Ключові слова: управління, фінансові ресурси, стратегія, фінансова стійкість, забезпечення, ефективність.

Abstract. The article presents the relationship between financial resources and ensuring the financial stability of the enterprise. The task of planning and organizing the activities of the enterprise in the direction of formation and use of financial resources is determined. The functional and process approach in management is combined. The main tasks of financial resources management of the enterprise are identified, in particular the formation of the required amount of financial resources; optimization when using available financial resources; minimization of financial risk associated with the use of various types of financial resources and profit maximization and on its basis increase of market value of the enterprise.

Keywords: Management, financial resources, strategy, financial stability, implementation, efficiency.

Постановка проблеми. В основі ефективного управління фінансовими ресурсами знаходиться розуміння того, що саме ресурси є основною складовою розвитку суб'єкта господарювання, адже завдяки їх наявності й відповідності потребам підприємство є стійкими. Крім цього, саме фінансові ресурси слід розглядати як найбільш дефіцитний та коштовний для підприємств ресурс, нестача якого знижує фінансову стійкість, а значить. сприяє втраті й інших видів забезпеченості розвитку суб'єкта господарювання. Також звернемо увагу на те, що фінансові ресурси є найбільш ліквідними з-поміж інших ресурсів підприємства і тому саме вони є основою успішної стратегії забезпечення фінансової стійкості підприємства в умовах динамічного розвитку середовища. Тому, слід зробити висновок, що фінансова стійкість суб'єктів господарювання залежить від ефективності управління наявними та оптимально структурованими фінансовими ресурсами.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Погоджуємося з науковим підходом, що досягнення позитивного результату у відновленні фінансової стійкості підприємства можливе як за рахунок фінансових ресурсів й джерел їх фінансування так і за рахунок ефективного управління ними [2, с. 16]. У сучасній науці поняття «управління» розглядається в таких напрямах: як вид діяльності; як стиль керівництва або його позиція; як процес управління; як інститут [1].

Формулювання мети. Метою дослідження є запровадження ефективного управління фінансовими ресурсами підприємства як умови успішної стратегії забезпечення його фінансової стійкості.

Виклад основного матеріалу дослідження. У нашому випадку управління фінансовими ресурсами – це стиль керівництва у напрямі планування й організації діяльності підприємства у напрямі формування і використання фінансових ресурсів з мотивуванням персоналу до розвитку та контролем за дотриманням вказаних процесів. Такий підхід до сутності управління фінансовими ресурсами не суперечать існуючим, а навпаки – дозволив поєднати функції управління з його процесами та спрямований на вирішення таких завдань:

– формування необхідного обсягу фінансових ресурсів;

– оптимізація при використанні наявних фінансових ресурсів;

– мінімізація фінансового ризику, пов'язаного з використанням різних видів фінансових ресурсів [1].

Пропонуємо додати таке завдання як максимізація прибутку й на його основі підвищення ринкової вартості підприємства.

Виходячи з того, що фінансову стійкість пропонується розглядати як спроможність підприємства здійснювати власну діяльність та розвиватися, забезпечувати рівновагу між власними активами та пасивами [1, с. 551–552], тоді вказані вище завдання (формування, оптимізація, мінімізація та максимізація) та науковий підхід до управління фінансовими ресурсами (планування, організація, мотивування та контроль) і спрямований на забезпечення фінансової стійкості.

Підсумовуючи визначені вище елементи, схематично відобразимо забезпечення фінансової стійкості підприємства, де розглянемо взаємозв'язок управління фінансовими ресурсами підприємства зі стратегією забезпечення його фінансової стійкості (рис. 1).

Рисунок 1 – Схема забезпечення фінансової стійкості підприємства на основі управління фінансовими ресурсами

Отже, основною характеристикою забезпечення фінансової стійкості підприємства є постійний взаємозв'язком та взаємодія всіх елементів для забезпечення необхідного обсягу та оптимальних умов формування, використання, оптимізації структури фінансових ресурсів у процесі здійснення ризикової діяльності підприємства для максимізації прибутку та забезпеченні підвищення його ринкової вартості.

Умовою реалізації вказаної схеми є послідовність розробки та впровадження заходів, спрямованих на забезпечення ефективності управління фінансовими ресурсами, серед яких:

– оцінка потреби у фінансових ресурсах підприємства з встановлення критичних обсягів для мінімальних та максимальних потреб;

– аналіз внутрішнього середовища на можливість покриття ідентифікованої потреби;

– аналіз зовнішнього середовища на можливість до фінансування різниці між потребою та внутрішніми можливостями підприємства;

– оцінка середньозваженої вартості капіталу для розрахунку оптимальної потреби у фінансових ресурсах для різних сценаріїв розвитку (оптимістичного, песимістичного та реалістичного);

– ідентифікація рівня ризику та його хеджування для різних сценаріїв розвитку (оптимістичного, песимістичного та реалістичного);

– розрахунок фінансового левериджу з метою співставлення рівня ризику та прибутку для кожного сценарію розвитку (оптимістичного, песимістичного та реалістичного) та різного співвідношення між власним і позиковим капіталом;

– прийняття управлінського рішення відповідно до існуючого стилю керівництва (агресивного, поміркованого та консервативного) у напрямі планування й організації діяльності підприємства з метою максимізації прибутку та забезпеченні підвищення його ринкової вартості.

Висновки. Таким чином, ефективне управління фінансовими ресурсами підприємства є умовою успішної стратегії забезпечення його фінансової стійкості на основі забезпечення ліквідності, платоспроможності, фінансової сталості та інвестиційної привабливості.

Список використаних джерел

1. Бланк И. А. Финансовый менеджмент : [учеб. курс] / И. А. Бланк. – Киев : Ника-Центр, Эльга, 2003. – 511 с.
2. Педченко Н. С. Окремі підходи до оцінки фінансової стійкості підприємства у вітчизняній і зарубіжній практиці / Н. С. Педченко, Н. А. Вакулін // Наука і молодь в XXI сторіччі : зб. тез доп. III Міжнар. молодіжної наук.-практ. інтернет-конф. (м. Полтава, 1 грудня 2017 року). – Полтава : ПУЕТ, 2017. – С. 551–555. – Режим доступу: http://dspace.uccu.org.ua/bitstream/123456789/7149/1/%d0%97%d0%b1%d1%96%d1%80%d0%bd%d0%b8%d0%ba%20_%d0%9d%d0%b0%d1%83%d0%ba%d0%b0%20%d1%96%20%d0%bc%d0%be%d0%bb%d0%be%d0%b4%d1%8c_01.12.17.pdf (дата звернення 05.10.09.20). – Назва з екрана.
3. Педченко Н. С. Управління фінансовими ресурсами як напрям підвищення фінансової стійкості підприємства / Н. С. Педченко, І. В. Голуб, М. В. Войко // Актуальні питання розвитку економіки, харчових технологій та товарознавства : тези доп. XLI Міжнар. наук. студентської конф. за підсумками науково-дослідних робіт студентів за 2017 рік, присвяченої 100-річчю Національної академії наук України (м. Полтава, 17–18 квітня 2018 року). – Полтава : ПУЕТ, 2018. – С. 12–16. Режим доступу: http://194.44.39.210/bitstream/123456789/6988/1/%D0%97%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA%20%D1%82%D0%B5%D0%B7%20%D1%81%D1%82%D1%83%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%96%D0%B2_2018-2.pdf (дата звернення 05.10.09.20). – Назва з екрана.

УДК 336.143.2

ФІНАНСОВА ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЯ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК ПОЛТАВСЬКОГО РЕГІОНУ

Д. Г. Павлишин, *магістр спеціальності 072 Фінанси, банківська справа і страхування освітня програма «Фінанси і кредит»*
Г. М. Сидоренко-Мельник, *к. е. н., доцент – науковий керівник*

Анотація. У статті досліджується проблема проведення реформи фінансової децентралізації в Україні та її вплив на соціально-економічний розвиток. Автором представлено аналіз фінансових джерел місцевого бюджету Полтавської області та результати відповідного процесу в регіоні.

Ключові слова: фінансова децентралізація, соціально-економічний розвиток, територіальна громада, регіон, місцевий бюджет.

Abstract. The article examines the problem of financial decentralization reform in Ukraine and its impact on socio-economic development. The author presents an analysis of financial sources of the local budget of Poltava region and the results of the relevant process in the region.

Keywords: financial decentralization, socio-economic development, territorial community, region, local budget.

Постановка проблеми. На сьогодні для України достатньо актуальною залишається проблематика дослідження факторів впливу на самодостатність і фінансову спроможність територіальних громад, тобто те, що ставилося головним в проведенні реформи бюджетної системи, оскільки без фінансового забезпечення неможливо досягнути значних результатів у всіх сферах реформування. Особливо це стосується аналізу та оцінці проведенню фінансової децентралізації з метою визначення результативності відповідного процесу.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Результати досліджень щодо фінансової децентралізації, реалізації бюджетної політики та теоретичних основ побудови місцевих бюджетів в Україні висвітлювалися в наукових працях таких вітчизняних учених як С. Буковинський, О. Василик, З. Варналій, О. Кириленко, І. Луніна, Л. Тарангул, С. Писаренко, І. Сторонянська, В. Федосов, С. Юрій, Ф. Ярошенко та інших. Проте, деякі аспекти соціально-економічного розвитку регіону за умов фінансової децентралізації потребують подальшого наукового дослідження.

Формулювання мети. Метою статті є аналіз процесу фінансової децентралізації та його вплив на соціально-економічний розвиток регіону на прикладі Полтавської області.

Виклад основного матеріалу дослідження. Фінансова децентралізація в Україні фактично розпочалася шляхом ухвалення з 2015 року змін до бюджетно-податкового законодавства [1; 2], що дозволило передати на місця як додаткові бюджетні повноваження, так і стабільні джерела доходів для їх виконання.

Згідно з рейтингом Міністерства розвитку громад та територій України Полтавщина протягом останніх років входила в п’ятірку кращих областей за напрямком «Фінансова самодос-

татність». Лідируючі позиції забезпечено показниками «Темп зростання (зменшення) доходів місцевих бюджетів» та «Темп зростання (зменшення) податкового боргу».

З моменту впровадження реформи децентралізації в Полтавській області створено 54 об'єднані територіальні громади (ОТГ), 9 з яких – у 2019 році.

Представлені звіти фінансової діяльності 806 об'єднаних територіальних громад України (за 9 місяців 2019 року), 15 громад Полтавщини свідчать, що ОТГ мають кращі показники фінансової спроможності у 5 групах та посідають лідируючі позиції серед усіх громад України: в групі з чисельністю населення більше 15 тис. осіб в числі лідерів Пирятинська ОТГ, яка посідає 18 місце; в групі з чисельністю населення від 10 до 15 тис. в числі лідерів – Глобинська ОТГ (6 місце), Щербанівська ОТГ (7 місце), Шишацька ОТГ (8 місце), Лохвицька ОТГ (10 місце), Гребінківська ОТГ (13 місце); в групі з чисельністю населення від 5 до 10 тис. в числі лідерів – Опішнянська ОТГ (16 місце), Михайлівська ОТГ (18 місце), Машівська ОТГ (20 місце); в групі з чисельністю населення менше 5 тис. в числі лідерів – Драбинівська ОТГ (4 місце), Сенчанська ОТГ (5 місце), Краснолуцька ОТГ (9 місце), Коломацька ОТГ (15 місце), Ланнівська ОТГ (18 місце); в групі міст обласного значення створена у 2018 році Гадяцька ОТГ посідає 15 місце.

Показники соціально-економічного розвитку регіону свідчать, що вагомою складовою бюджетування є підтримка розвитку об'єднаних територіальних громад з боку держави у вигляді коштів різних субвенцій. І ця підтримка зростає із року в рік – всього, з моменту впровадження реформи децентралізації, державна підтримка об'єднаних громад склала 2026,4 млн грн:

– у 2016 році – 231,3 млн грн;
– у 2017 році – 381,4 млн грн;
– у 2018 році – 794,5 млн грн за 10 місяців 2019 року до ОТГ надійшло 619,2 млн грн державних субвенцій, в тому числі: освітньої субвенції за період з 2016 – по 10 місяців 2019 року всього надійшло 1181,7 млн грн, ріст надходжень – у 4 рази (2018 рік порівняно з 2016 роком):
– у 2016 році – 113,4 млн грн;
– у 2017 році – 151,7 млн грн;
– у 2018 році – 449,0 млн грн;
– 10 місяців 2019 року – 473,7 млн грн.

Медичної субвенції за період з 2016 – по 10 місяців 2019 року всього надійшло 426,7 млн грн, ріст надходжень – у 4 рази (2018 рік порівняно з 2016 роком):

– у 2016 році – 53,2 млн грн;
– у 2017 році – 106,7 млн грн;
– у 2018 році – 216,7 млн грн;
– 10 місяців 2019 року – 50,1 млн грн.

Інфраструктурної субвенції за період з 2016 – по 10 місяців 2019 року всього надійшло 261,4 млн грн, ріст надходжень – у 1,7 рази (2018 рік порівняно з 2016 роком):

– у 2016 році – 50,2 млн грн;
– у 2017 році – 51,2 млн грн;
– у 2018 році – 87,1 млн грн;
– 10 місяців 2019 року – 72,9 млн грн [3].

Завдяки фінансовій децентралізації ОТГ Полтавщини мають змогу втілити різноманітні проєкти, спрямовані на поліпшення життя та добробуту своїх мешканців, розвиток інфраструктури громад, будівництво та ремонт закладів освіти, охорони здоров'я, культури, спорту, поліпшення матеріально-технічної бази комунальних підприємств тощо.

За рахунок інфраструктурної субвенції у 2019 році громадами області було подано до реалізації 161 проєкт з розвитку, з яких вже майже 70 реалізовано, а з початку впровадження реформи децентралізації ОТГ втілено 420 проєктів.

Показником ефективної діяльності промислових та агропромислових підприємств, а також сприятливого бізнес-клімату в регіоні є стабільна позитивна динаміка сплати податків. Так, за 10 місяців 2019 року до бюджетів всіх рівнів мобілізовано 35,4 млрд грн надходжень, що на 7,2 млрд грн або на 25,6 % більше ніж за відповідний період минулого року.

До Державного бюджету акумульовано 24,9 млрд грн. У порівнянні з відповідним періодом 2018 року надходження збільшилися на 5,9 млрд грн або на 31,4 % [3].

Місцеві бюджети за доходами (без урахування трансфертів із державного бюджету) за січень-жовтень 2019 року виконано в сумі понад 10,5 млрд грн, в порівнянні з відповідним періодом минулого року зростання становить 1,3 млрд грн або 13,9 %.

Надходження до загального фонду місцевих бюджетів (без урахування трансфертів із Державного бюджету) виконано в

сумі понад 9,8 млрд грн, що на 1,4 млрд грн або на 16,7 % більше, ніж за відповідний період 2018 року.

Надходження податку на доходи фізичних осіб становлять 5,6 млрд грн (+17,0 %), податку на майно в частині плати за землю – 1,2 млрд грн (+11,0 %), єдиного податку – майже 1,1 млрд грн (+16,5 %), акцизного податку з вироблених в Україні підакцизних товарів – надійшло 0,5 млрд грн (+0,2 %), податку на прибуток підприємств – 0,3 млрд грн (+50,1 %) та по інших податках і зборах – 1,2 млрд грн (+21,2 %).

До спеціального фонду місцевих бюджетів (без урахування трансфертів із Державного бюджету) надійшло 0,7 млрд грн – порівняно з відповідним періодом 2018 року надходження зменшилися на 0,1 млрд грн (14,5 %).

Бюджет області по видатках в цілому при уточненому плані на рік 23 272,0 млн грн фактично виконано 16 738,1 млн грн. По загальному фонду бюджет області за 10 місяців 2019 року було виконано в сумі 13 593,7 млн грн, в т. ч.:

- освіта – 4872,5 млн грн (89,6 %);
- охорона здоров'я – 1 732,9 млн грн (90,6 %);
- соціальний захист – 3 280,8 млн грн (88,9 %);
- культура – 474,3 млн грн (89,4 %);
- фізична культура – 190 млн грн (89,7 %).

Видатки спеціального фонду складають 31 44,3 млн грн або 66,5 % від плану 10 місяців (4 725,5 млн грн).

На 01.11.2019 року кредиторська заборгованість загального фонду зменшилась в порівнянні з початком року на 274,4 млн грн (або 77,2 %) і складає 82,1 млн грн. Прострочена заборгованість із виплати заробітної плати станом на 01.11.2019 року в області була відсутня [3].

Висновки. Отже, модель бюджетної системи, у результаті проведеної реформи фінансової децентралізації, дозволила значно збільшити доходи місцевих бюджетів, а органам місцевого самоврядування надала додаткові можливості для вирішення соціально-економічних проблем місцевого значення, але кінцевою метою реформи децентралізації фінансових ресурсів залишається розширення джерел місцевих бюджетів і максимального скорочення їх залежності від державних дотацій і субвенцій.

Список використаних джерел

1. Бюджетний кодекс України [Електронний ресурс] : Кодекс України від 08 лип. 2010 р. № 2456-VI / Верховна Рада України. – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2456-17. – Назва з екрана.
2. Податковий кодекс України [Електронний ресурс] : Кодекс від 02.12.2010 № 2755-VI / Законодавство України : [веб-сайт Верховної Ради України]. – Текст. дані. – Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2755-17. – Назва з екрана.
3. Офіційний веб-сайт Полтавської обласної державної адміністрації [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: http://www.adm-pl.gov.ua/docs/pro-programu-ekonomichnogo-i-socialnogo-rozvitku-poltavskoyi-oblasti-na-2020-rik-0. – Назва з екрана.

УДК 336-044.372

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ДОМОГОСПОДАРСТВ

К. В. Панченко, *магістр спеціальності 072 Фінанси, банківська справа та страхування освітня програма «Фінанси і кредит»*
Т. П. Гудзь, *д. е. н., доцент, професор кафедри фінансів та банківської справи – науковий керівник*

Анотація. У статті проаналізовано існуючі наукові підходи до розуміння сутності фінансової безпеки домогосподарств, яка отримала останнім часом надзвичайну актуальність, що пов'язано з глобалізацією економіки і інтеграційними процесами, які впливають на зміну добробуту домогосподарств. Виокремлено специфічні особливості фінансової безпеки домогосподарств. Дослідження показало, що фінансова безпека домогосподарств постійно піддається загрозам, які викликані певними ризиками. Проведено класифікацію загроз фінансовій безпеці домогосподарств та окреслено її функції.

Ключові слова: домогосподарство, безпека, фінансова безпека домогосподарств, фінансові ресурси домогосподарств, фінансовий стан домогосподарств, рівень фінансової безпеки, загрози, ризики, функції фінансової безпеки домогосподарств.

Abstract. In the article the existent scientific going is analysed near understanding of essence of financial safety of households, that got emergency actuality lately, that it is related to globalization of

economy integration processes that influence on the change of welfare of households. The specific features of financial safety of households are distinguished. Research showed that financial safety of households constantly yielded to the threats that is caused by certain risks. Classification of threats is conducted to financial safety of households and her functions are outlined.

Keywords: households, safety, financial safety of households, financial resources of households, financial state of households, financial strength, threat security, risks, functions of financial safety of households.

Постановка проблеми. Сучасний стан розвитку економіки України характеризується підвищеним рівнем ризиків, що зумовлений нестабільністю фінансової системи, недосконалістю чинного законодавства, залежністю вітчизняної економіки від світових фінансових ринків. Найбільш чутливими до таких ризиків є домогосподарства, оскільки вони приймають участь як у процесах виробництва продукції, виступаючи власниками ресурсів, так і її споживання, будучи кінцевими покупцями.

Тому захист фінансових інтересів домогосподарств є основою сталого розвитку та процвітання держави в ринкових умовах господарювання. У цьому контексті відповідно необхідним є поглиблене дослідження теоретичних підходів та методологічних аспектів щодо трактування фінансової безпеки домашніх господарств, актуалізація її подальшого дослідження з метою створення дієвого та ефективного механізму забезпечення фінансової безпеки домогосподарств, спрямованого на своєчасне виявлення і запобігання зовнішнім та внутрішнім загрозам, забезпечення захисту фінансових інтересів та зростання добробуту домогосподарств.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Дослідженням проблем фінансової безпеки домогосподарств займалисятакі зарубіжні вчені, як К. Дайнен, Р. Керр, Н. Кіплангер, К. Уеллер, Д. Майкл Колінс, М. Хілгерт, М. Шераден.

Значний внесок у дослідження проблеми визначення фінансової безпеки домогосподарств та її забезпечення зроблено такими вітчизняним науковцями, як О. І. Барановський, І. О. Бланк, Т. Г. Васильців, М. Ю. Воробйов, В. В. Ворошило, З. Гук, В. В. Дмитрієв, М. М. Єрмошенко, Л. П. Коваль, В. Корнівська, О. В. Лиса, Р. Г. Сніщенко, В. М. Федосов, Н. А. Шикіна, С. І. Юрій, Н. А. Ясинська та інші.

Формулювання мети. Метою статті є актуалізація результатів дослідження теоретико-методологічних підходів до визначення сутності фінансової безпеки домогосподарств, а також ідентифікація загроз, що їй притаманні на сучасному етапі розвитку економіки України.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасному вимірі все більшої популярності набуває людиноцентрична парадигма глобалізаційних процесів, яка представляє модель розвитку, що орієнтована на максимальне розкриття потенціалу кожної людини і соціуму в цілому, створення гідних умов для реалізації всіх інтелектуальних, культурних, творчих можливостей людини. Як зазначає Ю. К. Зайцев, «саме за цих умов людина, насамперед людина найманої праці, перестає бути тільки економічною людиною, отримує можливість будувати відносини з іншими суб'єктами економічного життя на якісно нових засадах». Згідно зі статтею 3 Конституції України, людина, її життя, честь і гідність, недоторканість і безпека визнаються в Україні найвищою соціальною цінністю. Власне поняття «безпека», окрім соціальної, включає і захист фінансових ресурсів від несприятливих зовнішніх і внутрішніх факторів, що унеможливлюють або погіршують умови життя і розвиток людини [4].

У визначенні сутності поняття «фінансова безпека» в економічній літературі спостерігається застосування двох різноспрямованих підходів. Умовно їх можна визначити як вітчизняний та закордонний. Їх сутність досить вдало охарактеризували науковці В. Дмитрієв [3] та З. Гук [2]. Мета вітчизняного підходу полягає в тому, що фінансова безпека розглядається як безпека держави та промислових підприємств (реального сектору), яка вже потім визначає фінансову безпеку домогосподарств та окремих громадян. Сутність закордонного підходу, навпаки, полягає в розгляді фінансової безпеки домогосподарств як первісної основи, що дає змогу через задоволення власних потреб громадян забезпечити безпеку функціонування всієї фінансової системи країни.

Така різниця в підходах до визначення фінансової безпеки свідчить про різницю в національному менталітеті. Ментальність громадян пострадянських країн навіть після переходу на ринкову модель фінансової системи все ще змушує вважати, що їх фінансовою безпекою має опікуватися держава. У США та

деяких країнах Західної Європи, навпаки, завжди культивувався принцип самозабезпеченості для фізичних осіб і самофінансування для юридичних осіб. Таким чином, фінансова безпека цих держав завжди була інтегрованим показником фінансової безпеки окремих домогосподарств та підприємців. Наразі слід зазначити, що в Україні такий підхід набуває розповсюдження. Зважаючи на періодичні економічні й фінансові кризи, високий рівень корумпованості під час розподілу державних ресурсів, правовий нігілізм державних чиновників, домогосподарства все частіше перестають сподіватися на допомогу держави і беруть відповідальність за власну фінансову безпеку на себе.

Існують різні підходи до визначення сутності фінансової безпеки домогосподарств, зокрема, як:

– певний стан фінансів домогосподарств;

– ієрархічну систему, що складається з сукупності взаємопов'язаних елементів;

– рівень захищеності фінансових інтересів домогосподарств;

– результат реалізації фінансових (або суспільно-економічних) відносин у суспільстві, якщо вони ефективно функціонують;

– складник підсистеми фінансової безпеки держави.

На думку Л. П. Коваль, «у найбільш загальному розумінні фінансова безпека – це відсутність загроз процесам розподілу та перерозподілу ВВП. Таке визначення фінансової безпеки охоплює всіх суб'єктів та об'єктів фінансової безпеки» [5, с. 99].

Найбільш ґрунтовне, на нашу думку, визначення фінансової безпеки домогосподарств надав відомий учений Ю. Воробйов: «Фінансова безпека домашніх господарств як економічне поняття – це сукупність соціально-економічних і правових відносин, що забезпечують такий стан фінансів домашніх господарств, при якому вони стійкі до зовнішніх загроз та ризиків, незалежні в ефективному формуванні та в раціональному використанні фінансових ресурсів для реалізації своїх функцій» [1, с. 45].

Згідно з твердженням С. І. Юрія та В. М. Федосова, «фінансова безпека людини – такий стан життєдіяльності громадянина, при якому забезпечується правовий та економічний захист його життєвих інтересів, дотримуються конституційні права, забезпечується гідний і якісний рівень життя незалежно від впливу

внутрішніх та зовнішніх загроз» [8, с.217]. Причому автори наголошують, що політика держави є визначальним фактором у даному процесі і забезпечення певних соціальних стандартів і гарантій є функцією держави.

Домогосподарства є активними учасниками фінансових відносин, тому відбувається перманентна взаємодія всіх рівнів фінансової системи. Ієрархію рівнів фінансової безпеки, що дозволяє прослідкувати джерело походження безпеки, продемонстровано на рис. 1.

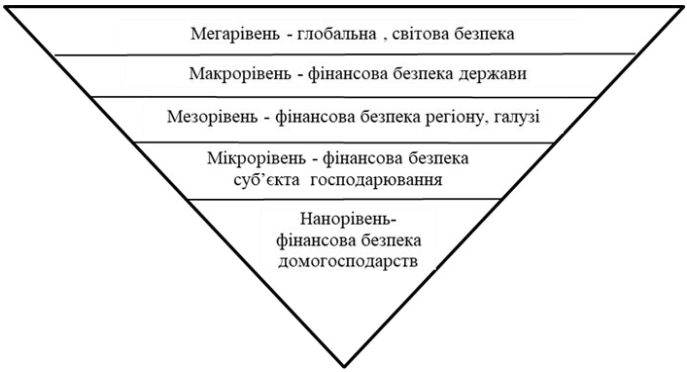


Рисунок 1 – Рівні фінансової безпеки [1, с. 48]

Першим рівнем виступає нанофінансова безпека, що розглядає діяльність і розвиток окремого домогосподарства. Мікрорівень, де фінансова безпека охоплює не тільки домашні господарства, але й пов'язані з ними фінансовими відносинами різні господарюючі суб'єкти. Мезорівень – безпека функціонування і розвитку місцевого або регіонального господарства. Макрорівень – фінансова безпека всієї країни. Мегарівень – фінансова безпека на міжнародному рівні.

Таким чином, фінансову безпеку домогосподарств можна розглядати як ієрархічну систему, що складається із сукупності елементів, зв'язаних між собою і розташованих у порядку від нижчого до вищого.

На думку вчених, фінансова безпека домогосподарств, на відміну від фінансової безпеки інших господарюючих суб'єктів, що функціонують в економічній системі, має свої специфічні особливості з огляду на те, що:

1. Фінанси домогосподарств найменше регулюються державою. Водночас вони взаємозв'язані з іншими сферами фінансової системи.

2. Домогосподарства мають характерні особливості і методи формування та використання фінансових ресурсів, до яких необхідно віднести підтримку життєдіяльності, розвиток людського потенціалу тощо.

3. Зміна доходу домогосподарства залежить як від економічних, так і від неекономічних чинників. При зменшенні доходів домогосподарств окремі статті їх витрат зростають. Домогосподарства не можуть зменшити свої витрати нижче рівня споживання товарів повсякденного вжитку.

4. Ризик домогосподарств зумовлений ризиком інших учасників фінансового ринку та має макроекономічне походження [7, с.106].

5. Існування у ринковій економіці різних форм власності, змога самостійно приймати рішення щодо свого функціонування та наявність у володінні домогосподарства різних факторів виробництва виступають своєрідними передумовами для можливості здійснення домогосподарством самостійної підприємницької діяльності. Відтак, змінюється статус – з найманого працівника індивід перетворюється на самозайнятого [9].

Загроза – наявне та потенційно можливе явище і чинник, що створює суттєву небезпеку фінансовим інтересам домашнього господарства. Найсуттєвішими загрозами фінансовій безпеці громадян і держави в цілому є порушення прав споживача, невиплата пенсій і заробітної плати, безробіття, знецінення заощаджень, падіння реальних доходів населення і зубожіння, посилення диференціації доходів та майнового розшарування суспільства тощо.

Основна мета фінансової безпеки домогосподарства полягає у безперервному й сталому підтриманні такого фінансового стану домогосподарства, який характеризується стійкістю до впливу внутрішніх і зовнішніх загроз, здатністю домогосподарства реалізовувати фінансові інтереси, а також забезпечувати гідний і якісний рівень життя.

До зовнішніх загроз фінансовій безпеці домогосподарств можна віднести: ведення в країні воєнних дій; політична й економічна нестабільність; криза фінансово-кредитної системи; високий рівень інфляції; нестабільність валютного курсу;

недосконалість державної фінансової політики; високий рівень податкового навантаження на доходи домогосподарств тощо.

До внутрішніх загроз фінансовій безпеці домогосподарств можна віднести: втрату основного місця роботи чи працездатності, результатом чого є втрата доходів; неефективне й нераціональне використання майна, що спричинило недоотримання потенційних доходів від його використання або зростання витрат на його утримання; невдале інвестування заощаджень, що призвело до втрати значного їх обсягу; ведення ризикованої підприємницької діяльності, у результаті якої виникли непередбачені витрати, тощо.

При цьому загрози фінансовій безпеці домогосподарств пов'язані з певними ризиками, які умовно можна поділити на чотири групи, зокрема ризики, пов'язані з: отриманням доходів домогосподарствами; отриманням і використанням запозичень; обмеженням купівельної спроможності домогосподарств; заощадженнями домогосподарств [6, с. 429].

Основними функціями системи забезпечення фінансової безпеки домогосподарства є:

– попереджувальна: здійснення комплексу тактичних та стратегічних заходів, спрямованих на попередження загроз та їх нейтралізацію;

– прогностична: прогнозування й ідентифікація внутрішніх і зовнішніх загроз інтересам суб'єкта фінансової безпеки;

– управлінська: створення умов та можливостей для оперативного раціонального управління фінансовими ресурсами як у повсякденних умовах, так і за надзвичайних ситуацій.

Фінансова безпека домогосподарства багато в чому залежить від загального стану економіки та фінансової політики, що проводиться в державі. При цьому функцією держави є забезпечення певних соціальних стандартів і соціальних гарантій, зокрема, мінімального розміру заробітної плати і пенсій на такому рівні, щоб працездатній людині достатньо було цих коштів на створення і утримання сім'ї, а пенсіонеру – на гідну старість.

Висновки. Отже, проведене дослідження дало змогу зробити наступні висновки. Фінансова безпека домогосподарств – це безперервне і стале підтримання такого фінансового стану домогосподарств, який характеризується стійкістю до впливу внутрішніх і зовнішніх загроз та небезпек в процесі їх життєдіяльності, здатністю домогосподарств реалізовувати фінансові

інтереси, а також забезпечувати та підвищувати гідний рівень життя.

Фінансова безпека домогосподарств, на відміну від фінансової безпеки інших господарюючих суб'єктів, що функціонують в економічній системі, має свої специфічні особливості.

Ідентифікація ризиків і загроз дозволить забезпечити більш ефективне управління фінансовими ресурсами домашнього господарства зсередини та вдосконалити систему захисту фінансової безпеки домогосподарства на загальному державному рівні.

Фінансова безпека домогосподарств як базис національної безпеки потребує постійного моніторингу її стану, тому державна стратегія стосовно її забезпечення набуває особливого значення у період фінансової нестабільності та проведення економічних реформ, оскільки у цей час відбуваються серйозні перетворення у господарському житті держави. А поліпшення рівня фінансової безпеки домогосподарств можливе за умов створення і реалізації відповідних фінансово-економічних, нормативно-правових і методологічних засад державної політики.

Список використаних джерел

1. Воробйов Ю. М., Ворошило В. В. Фінанси домашніх господарств у фінансовій системі держави : монографія. Сімферополь : ВД «АРІАЛ», 2013. 232 с.
2. Гук З. Специфіка підходів до розкриття сутності економічної та фінансової безпеки підприємств. URL: http://ena.lp.edu.ua (дата перегляду: 12.09.2020 р.). – Назва з екрана.
3. Дмитрієв В. В. Сучасний американський досвід оцінювання рівня національної фінансової безпеки та можливість його використання у вітчизняній практиці. Проблеми системного підходу в економіці. 2011. № 2 URL: http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/PSPE/2011_2/Dmitriev_211.htm (дата перегляду: 12.09.2020 р.). – Назва з екрана.
4. Зайцев Ю. К. Людиноцентрична парадигма сучасної економіки як умова сталого розвитку суспільства. Ефективна економіка. 2013. № 2. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2013_2_77 (дата перегляду: 12.09.2020 р.). – Назва з екрана.
5. Коваль Л. П. Понятійно-категоріальний апарат дослідження фінансової безпеки. Фінансовий простір. 2013. № 3 (11). С. 95–100.
6. Лиса О. В. Загрози фінансовій безпеці вітчизняних підприємств і домогосподарств на сучасному етапі. Бізнес Інформ. 2018. № 11. С. 427–433.
7. Сніщенко Р. Г. Методологічні проблеми та особливості аналізу й оцінки фінансової безпеки домогосподарств. Науковий вісник

Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Економіка і менеджмент. 2017. Вип. 27(2). С. 105–109.
8. Фінанси : підручник / [за ред. С. І. Юрій, В. М. Федосов]. Київ: Знання, 2008. 611 с.
9. Шикіна Н. А., Коцюбенко Г. М. Фінанси домогосподарств як основа розвитку людського капіталу. Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського. URL: http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/3815/1/pdf (дата перегляду: 12.09.2020 р.). – Назва з екрана.

УДК 336.71

ОЦІНКА РІВНЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

В. О. Рудько, *магістр спеціальності 072 Фінанси, банківська справа та страхування освітня програма «Фінанси і кредит»*
С. П. Прасолова, *к. е. н., доцент – науковий керівник*

Анотація. Узагальнивши існуючі теоретичні і методичні підходи до оцінювання рівня фінансової безпеки банківської системи, запропоновано використання індикаторного підходу до оцінювання фінансової безпеки банків та визначено її рівень. На основі обчислення інтегрального індикатора фінансової безпеки банківського сектора України виокремлено актуальні тенденції щодо підвищення рівня фінансової безпеки банківської системи України.

Ключові слова: банк, банківська система, фінансова безпека, інтегральний показник, інструменти забезпечення фінансової безпеки.

Abstract. Summarizing the existing theoretical and methodological approaches to assessing the level of financial security of banking system, it is proposed to use an indicator approach to assessing the financial security of banks and determine its level. The current trends in increasing the level of financial security of banks in Ukraine are highlighted based on the calculation of the integrated indicator of financial security of the banking system of Ukraine.

Keywords: bank, banking system, financial security, integral index, financial security tools.

Постановка проблеми. Ефективне функціонування банківського сектору вітчизняної економіки з метою виконання ним основної функції – організації безперервного руху акумульова-

них фінансових ресурсів, їх розподілу і перерозподілу, неможливе без дотримання високого рівня його фінансової безпеки. На забезпечення ж останньої негативно впливає те, що банківська діяльність здійснюється в умовах численних мінливих зовнішніх і внутрішніх загроз. Крім того, сьогодні відсутні обґрунтована концепція і стратегія забезпечення фінансової безпеки банківської системи України, єдині методичні підходи до оцінки її рівня.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Проблемам визначення та оцінки фінансової безпеки банків приділяється увага багатьох вітчизняних вчених, зокрема, таких як: О. Барановський, Т. Болгар, О. Кириченко, В. Коваленко, О. Колодізєв, О. Штаєр, С. Яременко та ін. Питаннями щодо визначення шляхів забезпечення фінансової безпеки банківської системи займалися також Р. Гриценко, М. Єрмошенко, В. Краліч, О. Пластун та ін. Незважаючи на значну кількість теоретичних та практичних досліджень у сфері забезпечення фінансової безпеки банківського сектору, слабкість і вразливість вітчизняної банківської системи в сучасних умовах, вказують на існування в ній проблем, що вимагають до себе уваги і всебічного подальшого дослідження.

Формулювання мети. Мета роботи полягає в обґрунтуванні напрямів забезпечення фінансової безпеки банківської системи на основі здійснення її аналізу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Фінансова безпека банківської системи передбачає такий стан банківських установ, що характеризується збалансованістю і стійкістю до впливу зовнішніх і внутрішніх загроз, його здатністю досягати поставлених цілей і генерувати достатній обсяг фінансових ресурсів для забезпечення стійкого економічного розвитку [5, с. 39]. Для комплексного аналізу і оцінки фінансової безпеки банківського сектору використовуються три підходи: дуалістичний, що являє собою наявність сучасного інструментарію, який дозволяє проаналізувати антикризовий потенціал або потенціал зростання; системно-цільовий, згідно якого безпека розглядається як багаторівнева система, орієнтована на досягнення кінцевого результату – забезпечення високого рівня розвитку фінансово-кредитної системи та критеріальний, що включає оцінку рівня і динаміки фінансової безпеки банківського сектору [1, с. 40].

Використовуючи дані підходи, науковці розробили ряд методик оцінки фінансової безпеки банків та її складових. Загалом конструювання інтегральної оцінки фінансової безпеки банківського сектору передбачає такі етапи: формування множини індикаторів; визначення характеристичних значень індикаторів; нормалізація індикаторів; визначення вагових коефіцієнтів; розрахунок інтегрального індексу [2, с. 323].

Усе ж варто відмітити, що більшість науковців при визначенні рівня фінансової безпеки банківської системи керуються Методичними рекомендаціями щодо розрахунку рівня економічної безпеки міністерства економічного розвитку і торгівлі України [3], відмінності розрахунків полягають лише у переліку індикаторів без певної системи їхнього відбору.

Отже, представимо розрахунок рівня фінансової безпеки банківської системи на основі підходу, наведеного в методичних рекомендаціях, у табл. 1.

Таблиця 1 – Індикатори рівня фінансової безпеки банківської системи України у 2015–2019 рр.

Показник	Роки				
	2015	2016	2017	2018	2019
Частка простроченої заборгованості за кредитами в загальному обсязі кредитів, наданих банками, %	22,1	30,6	54,54	52,85	48,36
Частка іноземного капіталу у статутному капіталі банків, %	43,3	53,6	34,3	28,3	37,0
Рентабельність активів, %	–5,46	–12,6	–1,94	1,67	4,26
Співвідношення ліквідних активів до короткострокових зобов’язань, %	92,87	92,09	98,37	93,52	94,35

Примітка. Розраховано за даними [4].

На основі наведеної інформації можна констатувати, що в банківській системі України набула критичного значення загроза простроченої заборгованості за кредитами в загальному обсязі кредитів, наданих банками резидентам України, яка сягнула 54,54 % у 2017 р., була найбільшою за останні 5 років та дещо знизилася до значення 48,36 % у 2019 р., і все ще демонструє дестимулюючий вплив на фінансову безпеку банків та є критичною.

Негативною з точки зору фінансової безпеки є динаміка рівня рентабельності активів, додатне значення якого склало у 2019 р. 4,26 %, що значно перевищує критичний рівень, не зважаючи на те, що прибуткова діяльність банків у 2018–2019 рр. дозволила досягти позитивного значення прибутковості активів. На основі нормалізації показників за оптимальними значеннями та врахування вагових коефіцієнтів основних індикаторів було обчислено інтегральний індикатор фінансової безпеки банківської системи України за 2015–2019 рр., динаміку якого наведено на рис. 1.

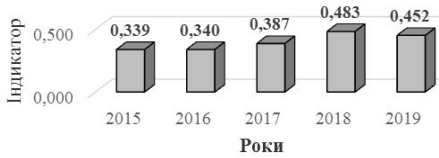


Рисунок 1 – Динаміка індикатора фінансової стабільності банківської системи України за 2015–2019 роки [4]

За період 2015–2019 рр. спостерігається неоднозначна тенденція зміни рівня фінансової безпеки банківської системи: найвищий рівень безпеки банківської системи України спостерігався у 2018 р., а найнижчий – у 2015 р. Згідно з проведеними розрахунками протягом 2015–2017 рр. рівень безпеки банківської системи України характеризується як небезпечний.

Отже, починаючи з 2018 р. інтегральний індикатор безпеки банківської системи знаходиться у діапазоні, що відповідає незадовільному рівню, при цьому найбільш проблемними індикаторами залишаються частка простроченої заборгованості за кредитами в загальному обсязі кредитів, наданих банками резидентам України, Негативна динаміка останнього індикатора зумовила, переважно, зниження загального рівня безпеки банківської системи України з 0,483 у 2018 р. до 0,452 у 2019 р.

Висновки. Проведено оцінку фінансової безпеки банківської системи України за 2015–2019 рр. Установлено, що протягом 2015–2017 рр. рівень фінансової безпеки банківської системи України характеризується як небезпечний, а починаючи з 2018 р. – незадовільний. За результатами оцінювання основних показників у динаміці можна визначити, що для підвищення рівня фінансової безпеки необхідно вжити заходів щодо запобіган-

ня трансформації у реальні загрози таких загроз, як: зниження прибутковості банківської діяльності; зниження капіталізації банківської системи; зниження ліквідності; істотні коливання валютного курсу; різкий відплив залучених банками вкладів населення. Відповідні напрями забезпечення фінансової безпеки банків України є предметом подальших наукових досліджень.

Список використаних джерел

1. Барановський О. І. Інтегральна оцінка рівня фінансової безпеки комерційного банку / О. І. Барановський, М. Р. Барилюк // Scientific Light. – 2017. – № 7. – С. 34–45.
2. Методичні підходи до оцінювання рівня фінансової безпеки банків / О. М. Музичка, Н. Р. Журибіда, Є. О. Галько // Бізнес Інформ. – 2019. – № 3. – С. 322–327.
3. Методичні рекомендації щодо розрахунку рівня економічної безпеки України [Електронний ресурс] : Наказ міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 29.10.2013 № 1277. – Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v1277731-13#Text (дата перегляду: 1.10.2020). – Назва з екрана.
4. Наглядова статистика НБУ [Електронний ресурс] : офіційне інтернет-представництво НБУ. – Режим доступу: https://bank.gov.ua/ua/statistic/supervision-statist/data-supervision#3 (дата перегляду: 1.10.2020). – Назва з екрана.
5. Фінансова безпека банківської системи – проблеми виміру та забезпечення / В. В. Коваленко, Т. М. Болгар, О. С. Сергєєва // Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики: збірник наукових праць. – 2018. – № 3 (26). – С. 38–45.

УДК 675.54

ОБҐРУНТУВАННЯ НЕОБХІДНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ТАКТИЧНОГО ІНСТРУМЕНТАРІЮ КОНТРОЛІНГУ У ПРОЦЕСІ РЕАЛІЗАЦІЇ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Ю. М. Таран, *магістр спеціальності 072 Фінанси, банківська справа та страхування освітня програма «Фінанси і кредит»;*
Є. Р. Мареха, *магістр спеціальності 072 Фінанси, банківська справа та страхування освітня програма «Фінанси і кредит»*
О. В. Яріш, *к. е. н., доцент – науковий керівник*

Анотація. Питання формування та ефективної реалізації фінансової стратегії та тактики підприємства стає особливо

актуальним в умовах поглиблення ринкових перетворень, розвитку інтеграційних процесів і зростання мінливості чинників зовнішнього фінансового середовища. У даній статті здійснено спробу обґрунтування необхідності практичного використання тактичного інструментарію контролінгу в діяльності вітчизняних підприємств.

Ключові слова: фінансова стратегія, тактичний інструментарій контролінгу, АВС-аналіз.

Abstract. The issue of formation and effective implementation of the financial strategy and tactics of the enterprise becomes especially relevant in the context of deepening market transformations, development of integration processes and increasing variability of external financial factors.

In this article, an attempt is made to substantiate the need for practical use of tactical controlling tools in the activities of domestic enterprises.

Keywords: financial strategy, tactical controlling tools, ABC-analysis.

Постановка проблеми. Сучасна практика показує, що сформований на підприємствах порядок прийняття та реалізації стратегічних рішень належним чином не систематизований, методологія і технологія стратегічного управління розроблені недостатньо. Тому постає проблема щодо впровадження у вітчизняну практику сучасного контролінгового інструментарію в процесі реалізації обраної фінансової стратегії.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Над питаннями сутності фінансової стратегії та тактики, процесу її формування, оцінки та реалізації працювали зарубіжні й вітчизняні вчені, а саме: І. Ансофф, І. Бланк, Г. Мінцберг, А. Томпсон, Л. Костирко, В. Карцева, Н. Педченко, І. Пушкар, Н.Теслюк, З. Шершньова та інші.

Формулювання мети. Метою статті є теоретичне обґрунтування необхідності імплементації сучасного управлінського інструментарію в практику вітчизняних підприємств

Виклад основного матеріалу дослідження. При реалізації фінансової стратегії управління прибутком, нами запропоновано використання тактичного інструментарію контролінгу. Оскільки основним видом діяльності досліджуваного підприємства є торгівля, то доречним буде використати такий інструмент тактичного контролінгу як АВС-аналіз. Він являє собою інструмент

тактичного управління, який використовується для визначення стратегічних клієнтів, постачальників, товарів, товарних груп ті інших аналітичних вимірів з ціллю подальшого аналізу, моніторингу і розробки ефективних економічних рішень [1, 2].

Асортимент торговельного підприємства може нараховувати тисячі найменувань. Тому класифікація товарів безпосередньо стосується керування запасами. Це завдання можна успішно перекласти на плечі інформаційної системи підприємства.

Фахівцями компанії «Бізнес Сервіс Провайдер» було розроблено механізм аналізу і класифікації товарних потоків і запасів (звіт), що поєднує переваги двох методів аналізу: ABC-аналізу і XYZ-аналізу. Цей механізм реалізований у формі звіту, розробленого для системи «1С:Підприємство 7.7. Комплексна конфігурація для України». Він дозволяє аналізувати як весь товарообіг, так і товарообіг певної групи товарів. Також, для ABC аналізу існує безліч комп'ютерних програм. На нашу думку, досить зручною у використанні є «ABC-аналіз продажу 1.0». У першу чергу, вона призначена для керівників, спеціалістів у сфері торгівлі, аналітикам, консультантам

Аналіз ABC показує значення кожної групи товарів. Зазвичай на 20 % усіх товарів, які знаходяться в запасах, припадає 80 % всіх витрат. Виходячи з цього, для кожної з трьох груп товарів закладається різний ступінь деталізації під час планування та контролю [4].

Об'єктом аналізу виступили продовольчі та непродовольчі групи товарів, які реалізує досліджуване нами підприємство.

Провівши ABC аналіз продовольчих товарів ТОВ «Альт сервіс», ми бачимо, що найбільш прибутковими у групі А є хліб та хлібобулочні вироби. Така ситуація у структурі пояснюється високим попитом на даний вид продукції. Значну питому вагу також становлять м'ясні вироби. Ціни на дану товарну групу постійно зростають.

У групі В найбільш «дорогими» є цукор та молочна продукція. Серед групи С слід відмітити такі товари, як чай та кава, шампанське та коньяк.

Для більш наочного уявлення про структуру продовольчих товарів по групах побудуємо діаграму (рис. 1).

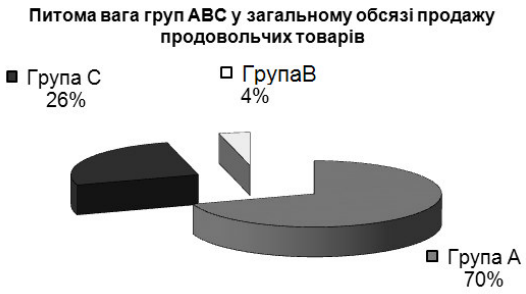


Рисунок 1 – Питома вага груп АВС у загальному обсязі продажу продовольчих товарів ТОВ «Альт Сервіс».

Для більш точного відображення структури непродовольчих товарів по групах нами побудована наступна діаграма (рис. 2).

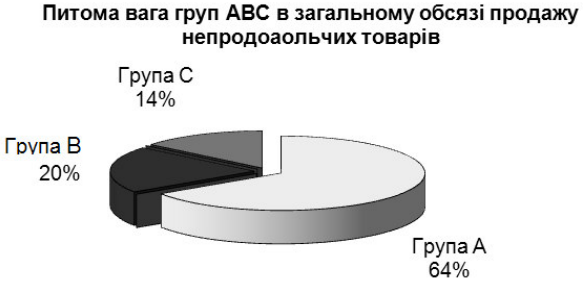


Рисунок 2 – Питома вага груп АВС у загальному обсязі продажу непродовольчих товарів ТОВ «Альт Сервіс»

АВС аналіз непродовольчих товарів ТОВ «Альт сервіс» показав, що найбільшу питому у групі А становлять: парфумерно-косметичні товари, друковані видання, господарчі товари та галантерея.

У групі В слід відзначити будівельні матеріали, канцелярські товари і різного роду посуд. Щодо групи С, то тут найбільшу питому вагу становить електроосвітлювальні товари й електролампи, мило туалетне.

Висновки. Таким чином, АВС-аналіз може бути використаний підприємством у процесі реалізації обраної фінансової стратегії, адже він виступає як засіб моніторингу, дозволяє

виявити найприбутковіші види товарів і асортиментні групи, що цікавлять нас. За допомогою цього інструменту тактичного контролінгу підприємство зможе планувати доходність, скоротити певні витрати та досягти поставленої мети обраної фінансової стратегії підприємства.

Список використаних джерел

1. Карцева В. В. Необхідність використання контролінгу в управлінні підприємством / В. В. Карцева // Матеріали міжнародної науково-практичної конференції «Актуальні проблеми розвитку обліку, контролю та аналізу в умовах глобальних економічних змін». – Полтава, 2010. – С. 307–311.
2. Карцева В. В. Методичні підходи до формування системи фінансового контролінгу на підприємстві / Карцева В. В. // Економічний форум. Науковий журнал. Луцький національний технічний університет. м. Луцьк. – № 1. – 2013. – С. 312–316.
3. Стратегічний розвиток підприємств регіону: фінансовий аспект : монографія / [В. В. Карцева, Н. С. Педченко, А. А. Фастовець та ін.] ; за заг. ред. В. В. Карцевої. – Полтава : ПУЕТ, 2011. – 171 с.
4. Фольмут Х. Й. Инстументы контроллинга от А до Я / Х. Й. Фольмут ; пер. с нем. под редакцией и с предисловием М. Л. Лукашевича и Е. Н. Тихоненковой – Москва : Финансы и статистика, 2008. – 272 с.

УДК 657.42

ОСНОВНІ ЗАСОБИ ПІДПРИЄМСТВА: СУТНІСТЬ ТА ХАРАКТЕРИСТИКА ВИДІВ ЇХ ОЦІНЮВАННЯ

А. А. Черкасова, *магістр спеціальності 072 Фінанси, банківська справа та страхування освітня програма «Фінанси і кредит»*
Н. С. Педченко, *д. е. н., професор – науковий керівник*

Анотація. У статті розглянуто сучасні наукові уявлення до трактування економічного змісту поняття «основні засоби» в економічній літературі та нормативно-правових актах України, які регулюють їх бухгалтерський та податковий облік. Виділено основні критерії визнання основних засобів: матеріальність, підконтрольність, сфера призначення, строк корисного використання, призначення, вартісна межа. Установлено відмінності у трактуванні поняття «основні засоби» в бухгалтерському і податковому обліку

Ключові слова: підприємство, основні засоби, амортизація, бухгалтерський та податковий облік.

Abstract. The article deals with modern scientific understanding of the economic interpretation of the concept of «fixed assets» in the economic literature and legal acts of Ukraine, which regulate their financial and tax accounting. The basic criteria for the recognition of fixed assets: the materiality, the controllability, the scope of the destination, the useful life, purpose, cost limit. The differences in the interpretation of the concept of «fixed assets» for accounting and tax purposes.

Keywords: company, fixed assets, amortization, tax and accounting.

Постановка проблеми. Підприємство є основою економіки будь-якої держави. Від результатів його діяльності залежить як економічний, так і соціальний стан і розвиток країни у цілому. Розвиток підприємства можливий лише за рахунок ефективного використання ним наявних економічних ресурсів, зокрема основних засобів. Вони мають важливе значення для будь-якого підприємства, адже саме вони становлять продуктивну частину його майна та забезпечують здійснення операційної діяльності.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Питанням розвитку теорії та практики бухгалтерського та податкового обліку основних засобів підприємства присвячені праці таких вітчизняних і зарубіжних учених, як О. Агрес, Н. Бабяк, Н. Верхоглядова, С. Ільїна, В. Караєв, О. Коваленко, Т. Мац, В. Сопко, Л. Сук, П. Сук, В. Шило та ін.

Формулювання мети. Мета статті полягає в узагальненні та систематизації сучасних наукових уявлень щодо поняття «основні засоби» для цілей бухгалтерського і податкового обліку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Основні засоби становлять основу матеріально-технічної бази більшості підприємств, адже саме вони займають найбільшу питому вагу у структурі активів. Роль основних засобів у процесі виробництва, особливості їх відтворення в умовах ринкової економіки зумовлюють особливі вимоги до інформації про наявність, рух, структуру, стан та використання основних засобів [1].

Аналіз чинних нормативно-правових актів свідчить про те, що критерії визнання основних засобів збігаються з критеріями визнання всіх інших видів активів. Для потреб бухгалтерського

обліку об'єкт основних засобів визнається активом, коли існує ймовірність того, що підприємство отримає в майбутньому економічні вигоди, пов'язані з використанням цього об'єкта, а його вартість може бути достовірно визначена [2]. Доречно зауважити, що термін «основні засоби» передбачає ще низку специфічних критеріїв їх визнання, таких як матеріальна форма, призначення та термін корисного використання (табл. 1).

Таблиця 1 – Порівняльна характеристика податкового та бухгалтерського законодавства щодо визнання основних засобів

Ознака	Бухгалтерський облік	Податковий облік
Матеріальність	Основними засобами є лише матеріальні активи	Основними засобами є лише матеріальні активи
Підконтрольність	Активи – ресурси, контрольовані підприємством у результаті минулих подій, використання котрих, як очікується, приведе до отримання економічних вигід у майбутньому	Платник податку на прибуток фактично є власником основних засобів
Строк корисного використання	З дати введення в експлуатацію повинен перевищувати рік (або операційний цикл, якщо він триваліший за рік)	З дати введення в експлуатацію повинен перевищувати рік (або операційний цикл, якщо він триваліший за рік)
Призначення	З метою використання їх у процесі виробництва/діяльності або постачання товарів, надання послуг, здавання в оренду іншим особам або для здійснення адміністративних і соціально-культурних функцій	До основних засобів відносять лише ті об'єкти, які суб'єкт господарювання планує використовувати у власній господарській діяльності
Вартісна межа	Не передбачена	Основні засоби – матеріальні активи <…>, вартість яких перевищує 6 000 гривень

Складено автором на основі: [4–6].

Згідно із П(С)БО 7 у бухгалтерському обліку виділяються такі групи основних засобів: земельні ділянки; капітальні витрати на поліпшення земель; будинки, споруди та, передавальні пристрої; машини та обладнання; транспортні засоби; інструменти, прилади, інвентар (меблі); робоча і продуктивна худоба; багаторічні насадження; інші основні засоби [6].

У системі оподаткування виділяють 16 груп основних засобів та інших необоротних активів: група 1 – земельні ділянки; група 2 – капітальні витрати на поліпшення земель, н пов'язані з будівництвом; група 3 – будівлі, споруди, передавальні пристрої; група 4 – машини та обладнання; група 5 – транспортні засоби; група 6 – інструменти, прилад,інвентар (меблі); група 7 – тварини; група 8 – багаторічні насадження; група 9 – інші основні засоби; група 10 – бібліотечні фонди; група 11 – малоцінні необоротні матеріальні активи; група 12 – тимчасові (нетитульні) споруди; група 13 – природні ресурси; група 14 – інвентарна тара; група 15 – предмети прокату; група 16 – довгострокові бібліотечні активи [4].

Таблиця 2 – Характеристика видів оцінювання основних засобів

Види оцінювання	Визначення
Первісна вартість	Історична (фактична) собівартість необоротних активів у сумі грошових коштів або справедливої вартості інших активів, сплачених (переданих), витрачених для придбання (створення) необоротних активів
Справедлива вартість	Сума, за якою можна продати актив або оплатити зобов'язання за звичайних умов на певну дату
Переоцінена вартість	Вартість необоротних активів після їх переоцінки
Вартість, яка амортизується	Первісна або переоцінена вартість необоротних активів за вирахуванням їх ліквідаційної вартості
Ліквідаційна вартість	Сума коштів або вартість інших активів, яку підприємство очікує отримати від реалізації (ліквідації) необоротних активів після закінчення строку їх корисного використання, за вирахуванням витрат, пов'язаних з продажем (ліквідацією)
Залишкова вартість	Різниця між первісною (переоціненою) вартістю необоротного активу і сумою його накопиченої амортизації (зносу)

Складено автором на основі [3; 6].

Сьогодні в Україні існують такі види оцінки об'єктів основних засобів, як первісна, залишкова, справедлива, переоцінена, ліквідаційна, а також оцінка вартості, яка амортизується. Застосування кожної з вищеперерахованих видів оцінки залежить від конкретних операцій, моменту оцінювання, джерела надходження та порядку оприбуткування (табл. 2). Суб'єкти господарювання під час формування фінансової звітності використовують, як правило, первісну та залишкову вартість основних засобів.

Висновки. Отже, необхідною умовою ефективної організації обліку та оцінювання основних засобів є їх класифікація. Щоб використання основних засобів було економічно вигідним, необхідно стежити за його технічним станом; вивчати ринки виробництва; підвищувати рівень спеціалізації виробництва; усувати простої; модернізувати устаткування; поліпшувати склад, структуру й стан основних засобів; удосконалювати планування, управління й організацію праці та виробництва.

Список використаних джерел

1. Тележенко П. В. Генезис поняття «основні засоби підприємства торгівлі». Інтелект XXI. 2016. № 5. С. 162–166.
2. Кудлаєва Н. В. Визнання та оцінка основних засобів: реалії сьогодення. Проблеми системного підходу в економіці. 2019. Вип. 1(2). С. 107–114.
3. Методичні рекомендації щодо обліку основних засобів [Електронний ресурс] : затверджено Наказом Міністерства фінансів України від 11 грудня 2006 року № 1176. URL: www.rada.gov.ua.
4. Податковий кодекс України від 2 грудня 2010 року № 2755-VI [Електронний ресурс] : База даних «Законодавство України». URL: www.rada.gov.ua.
5. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби» [Електронний ресурс] : затверджено Наказом Міністерства фінансів України від 27 квітня 2000 року № 92. URL: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0288-00.
6. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні [Електронний ресурс] : Закон України від 16 липня 1999 року № 996-XIV. URL: http://zakon.rada.gov.ua.

УДК 336.225.66

ПОДАТКОВІ ПІЛЬГИ В СИСТЕМІ ПРЯМОГО ОПОДАТКУВАННЯ

Є. О. Шкарупа, *магістр спеціальності 072 Фінанси, банківська справа та страхування освітня програма «Фінанси і кредит»*
О. В. Тимошенко, *к. е. н., доцент кафедри фінансів та банківської справи – науковий керівник*

Анотація. У статті досліджується використання податкових пільг у системі прямому оподаткування. Розкрито економічну сутність податкової пільги. Систематизовано види податкових пільг в розрізі видів прямих податків та оцінено їх вплив на

доходи бюджету. Визначено обсяги недоотриманих бюджетами коштів від надання податкових пільг за прямими податками. Обґрунтовано відсутність стимулів до розширення діяльності одержувачами пільг за прямими податками. Визначено проблемні аспекти пільгового прямого оподаткування в Україні. Доведено необхідність затвердження методики визначення ефективності функціонування пільг за прямими податками.

Ключові слова: прямі податки, пільга, пільгове оподаткування, механізм прямого оподаткування.

Abstract. The article examines the use of tax concessions in the direct taxation system. The economic essence of the tax concession has been revealed. The types of tax concessions in the context of types of direct taxes have been systematized and their impact on budget revenues has been assessed. The amounts of funds received less than due by the budgets from the provision of tax concessions under direct taxes have been determined. The lack of incentives to expand the activities of direct tax concessions recipients has been justified. Problematic aspects of preferential direct taxation in Ukraine have been identified. The necessity of approving the methodology for determining the effectiveness of direct tax benefits has been proved.

Keywords: direct taxes, exemption, preferential taxation, mechanism of direct taxation.

Постановка проблеми. Необхідність модернізації вітчизняної податкової системи, переорієнтації її на соціально-економічний розвиток держави та соціальну підтримку суб'єктів економіки вимагає впровадження ефективних засобів податкової політики. Одним із значимих і суперечливих інструментів впливу податкової політики на структурні диспропорції доходів бюджету є податкові пільги.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Вагомий внесок у розроблення теоретичних і практичних засад впливу податкових пільг на формування дохідної частини бюджету приділяється в роботах таких вітчизняних науковців: Л. В. Барабаш, П. К. Бечко, С. Б. Єгоричева, Т. О. Кир'язова, Н. В. Лиса, О. К. Любчик, О. В. Тимошенко тощо. Проте залишається ще чимало невирішених проблем, що потребують детального дослідження, зокрема щодо вдосконалення законодавчого та адміністративного регулювання процесу пільгового оподаткування в системі прямого оподаткування.

Формулювання мети. Метою статті є дослідження теоретичних і практичних аспектів податкових пільг та їх місця у системі прямого оподаткування.

Виклад основного матеріалу дослідження. За економічною сутністю надання пільг за прямими податками є формою державного регулювання соціально-економічного розвитку держави, системного внутрішнього перерозподілу фінансових ресурсів між окремими суб'єктами господарювання.

Згідно з Податковим кодексом України, податковою пільгою є передбачене податковим та митним законодавством звільнення платника податків від обов'язку щодо нарахування та сплати податку та збору, сплата ним податку та збору в меншому розмірі за наявності особливостей, що характеризують певну групу платників податків, вид їх діяльності, об'єкт оподаткування або характер та суспільне значення здійснюваних ними витрат [4].

Податкові пільги надаються шляхом: а) податкового вирахування (знижки); б) зменшення податкового зобов'язання після нарахування податку та збору; в) встановлення зниженої ставки податку та збору; г) звільнення від сплати податку та збору. В Україні перелік пільг за податками та їхній поділ, на такі, що призводять та не призводять до втрат бюджетних надходжень, встановлюється Довідником податкових пільг, який щоквартально складає та оприлюднює Державна податкова служба України.

Цікавим є той факт, що найбільша кількість пільг, відповідно до чинного Податкового кодексу України, надається платникам ПДВ. При цьому, попри зменшення кількості пільг з ПДВ за період аналізу, їх частка в загальній кількості пільг перевищує в середньому 53 % [1].

Щодо пільг за прямими податками варто відмітити суттєве збільшення їх кількості по податку на прибуток підприємств у 2011 році після введення у дію Податкового кодексу України. Фактично Податковим кодексом України було скасовано чимало діючих пільг, але запроваджено ще більше нових. Проте заслуговує на увагу зміна їх кількісного складу з 2014 року, зокрема зменшення кількості пільг за прямими податками у 3 рази, у зв'язку з початком відновлення та реформування економіки країни, удосконаленням бюджетно-податкового законодавства. Однак в останні звітні періоди кількість пільг за пря-

мими податками зростала переважаючими темпами порівняно з непрямими податками. Так, якщо кількість пільг за непрямими податками у 2019 році порівняно з 2014 роком зросла на 17,1 % або в 1,2 рази, то по прямим податкам – на 40,8 % або в 1,4 рази [1].

Також цікавим є той факт, що кількість та частка пільг за прямими податками, що призводять до втрат доходів бюджету, за відповідний період аналізу зазнали суттєвого збільшення (табл. 1). Це пояснюється тісною залежністю політико-економічних процесів в Україні та їх впливом на прийняття змін до законодавчих актів. Фактично під гаслом підтримки бізнесу народні депутати почали активно надавати окремим галузям економіки нові податкові пільги.

Таблиця 1 – Динаміка кількості податкових пільг у розрізі прямих податків

Роки	Податок на прибуток підприємств		Плата за землю		Податок на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки	
	кількість пільг, що призводить до втрат бюджету	кількість інших пільг	кількість пільг, що призводить до втрат бюджету	кількість інших пільг	кількість пільг, що призводить до втрат бюджету	кількість інших пільг
2014	5	18	7	18	1	–
2015	8	21	13	8	1	–
2016	5	23	13	8	1	–
2017	13	28	16	10	1	–
2018	18	28	18	10	1	–
2019	14	28	16	10	1	–

Джерело: складено на основі [1**Ошибка! Источник ссылки не найден.**].

Вищезазначені зміни щодо кількісного складу податкових пільг, у тому числі за прямими податками, негативно вплинули на формування бюджетних ресурсів. Так, за даними податкової служби, у 2010 році через надання пільг держбюджет недоотри-

мав 37,1 млрд грн, або 15,4 % доходів, за результатами 2015 року (періоду кардинальних змін бюджетно-податкового законодавства України) – 55,3 млрд грн або 9,7 % доходів бюджету [3]. З 2017 року кількість наданих пільг та обсяг бюджетних втрат від них почали зростати з 26,1 млрд грн до 42,7 млрд грн. у 2019 році. При цьому, варто звернути увагу на наступне, якщо втрати бюджетних ресурсів від надання податкових пільг за період аналізу зросли в 1,1 рази, то від пільг за прямими податками маємо суттєве зростання – в 3,7 рази.

Вищезазначене свідчить про необхідність виявлення проблемних питань системи пільгового прямого оподаткування та перегляду їх кількісного та якісного складу для перетворення на ефективний інструмент фіскальної політики держави. Доречно відмітити, що певні податкові пільги в Україні неправомірно застосовуються для легальної мінімізації податкового навантаження. Наприклад, значна кількість суб'єктів підприємництва фіктивно використовує працю інвалідів з метою зменшення суми податку на прибуток підприємств.

Варто зазначити, що на сьогодні у державі не створено цілісної та ефективної системи державного контролю за діючими податковими пільгами, відсутня методика оцінки державними органами, що ініціюють запровадження пільг, ефективності їх надання з метою контролю втрат і переваг кожної пільги. При цьому, ні уряд, ні парламент не мають чіткої політики надання податкових пільг.

Висновки. Підсумовуючи зауважимо, що наявність пільги з певного виду прямого податку не гарантує успішну діяльність та підвищення фінансової спроможності їх платників. Механізм пільгового оподаткування за прямими податками здебільшого виконує соціальну функцію, а їх кількість обтяжує бюджет і є економічно необґрунтованою, оскільки в практиці встановлення та запровадження податкових пільг ефект від їх застосування оцінюється виключно на стадії надання, без реальної подальшої оцінки її впливу.

Список використаних джерел

1. Довідники пільг. Офіційний веб-сайт Державної фіскальної служби України [Електронний ресурс]. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: https://tax.gov.ua/dovidniki--reestri--perelik/dovidniki-/54005.html. – Назва з екрана.

2. Єгоричева С. Б. Вплив пільг за прямими податками на формування бюджетних доходів в Україні [Електронний ресурс] / С. Б. Єгоричева, О. В. Тимошенко, Д. А. Сергєєв // Ефективна економіка. – 2016. – № 9. – Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5137.
3. Офіційний веб-сайт Державної податкової служби України [Електронний ресурс]. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: http://tax.gov.ua/. – Назва з екрана.
4. Податковий кодекс України [Електронний ресурс] : від 02 груд. 2010 р. № 2755-VI : станом на 13 серп. 2020 р. / Законодавство України : [веб-сайт Верховної Ради України]. – Текст. дані. – Режим доступу: http://zakon1.rada.gov.ua. – Назва з екрана.

КОМП'ЮТЕРНІ НАУКИ

Освітня програма «Комп'ютерні науки»

УДК519.2+004

СТВОРЕННЯ ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТРЕНАЖЕРА З ТЕМИ «РОЗПОДІЛИ ДИСКРЕТНИХ ВИПАДКОВИХ ВЕЛИЧИН ТА ЇХ ЧИСЛОВІ ХАРАКТЕРИСТИКИ» ДИСТАНЦІЙНОГО НАВЧАЛЬНОГО КУРСУ «ТЕОРІЯ ЙМОВІРНОСТЕЙ ТА МАТЕМАТИЧНА СТАТИСТИКА»

В. В. Белінська, *магістр спеціальності 122 Комп'ютерні науки освітня програма «Комп'ютерні науки»*
Т. О. Парфьонова, *к. ф.-м. н., доцент – науковий керівник*

Анотація. Розглядається алгоритм, за яким створено програмне забезпечення на тему «Розподіли дискретних випадкових величин та їх числові характеристики» для дистанційного курсу «Теорія ймовірностей та математична статистика».

Ключові слова: навчальний тренажер, числові характеристики, дискретні випадкові величини, розподіли.

Abstract. Creating of the software of the simulator with the themes "Distribution of discrete case sizes and their numerical" distance training course "Probability theory and mathematical statistics". The algorithm according to which the software on the topic "Distributions of discrete case values and their numerical characteristics" for the distance course "Probability theory and mathematical statistics" are considered.

Keywords: training simulator, numerical characteristics, discrete case values, distributions.

Постановка проблеми. У сучасній освіті система тестування стала важливим напрямом підвищення якості навчання студентів. Впровадження навчальних тренажерів у навчальний процес дозволяє підвищувати ефективність та якість формування вмінь та навички студентів.

Формування мети. Метою статті є створення програмного забезпечення тренажера з теми «Розподіли дискретних випадкових величин та їх числові характеристики» дистанційного навчального курсу «Теорія ймовірностей та математична статистика».

Виклад основного матеріалу дослідження. При розробці алгоритму навчального тренажеру були використані лекції з дисципліни «Теорії ймовірності та математичної статистики» [1–3].

Розроблено алгоритм, що реалізований у вигляді програмного продукту з імітацією тренінгу. При завантаженні навчального тренажера у студента з'являється початковий екран, де він бачить рядок меню додатку, який містить підпункти «Файл…», «Теоретичні відомості», «Мова інтерфейсу» та «Про автора». На початку роботи з програмою, студент може змінити мову інтерфейсу на англійську, російську або українську для більш зручного та комфортнішого користування програмою. Також на екрані є назва методу та вибір завдань (теоретичні або практичні). При натисканні на першу кнопку з'являються по одному теоретичному питанні. При виборі відповіді та натисненні на кнопку «Відповісти», відповіді виділяються зеленим, якщо вона вірна, та червоним кольором – невірна. Також відповіді стають недоступні для повторного вибору [1–3].

При натисненні на другу кнопку з'являється повідомлення «Якщо ви маєте бажання пройти всі практичні завдання, натисніть «ОК», інакше виберіть один із розділів». Якщо студент обрав пройти все, то з'являються один за одним задачі, інакше він обирає, який розділ йому необхідний. Практична частина містить такі розділи: математичне сподівання, дисперсія, біномний розподіл та розподіл Пуассона. При виборі одного з розділів, студент отримує відповідні завдання для проходження.

У практичній частині всі завдання містять уведення самостійно даних та вибір знаку. Після введення студент має змогу побачити помилки, якщо є неправильне хоча б одне введене поле,

яке виділяється червоним, то необхідно виправити, інакше якщо студент відповів правильно, то поля набувають зеленого кольору та відбувається перехід на наступний крок.

Нижче наведено теоретичні питання кроку 3, 6 та 13. Правильні відповіді виділені «•», а неправильні «♦».

Крок 3. Випадковою величною називають …

- Таку величину, яка внаслідок випробувань може прийняти одне числове значення, заздалегідь невідоме й обумовлене випадковими причинами.
- ♦ Таку величину, яка може приймати відокремлені, ізольовані одне від одного числові значення (їх можна пронумерувати) з відповідними імовірностями.
- ♦ Таку величину, яка може приймати будь-яке числове значення з деякого скінченого або нескінченого інтервалу *(a, b)*.

Якщо студент обрав другу або третю відповідь, то він отримує повідомлення «*Випадковою величиною називають таку величину, яка в результаті випробування може набувати того чи іншого (але тільки одного) числового значення, заздалегідь невідомого й зумовленого випадковими причинами*».

Крок 6. Математичним сподіванням дискретної випадкової величини X називають …

- ♦ Суму добутків всіх її можливих значень x_i, на їх ймовірності p_i;
- ♦ Добуток сум всіх її можливих значень x_i, з їх ймовірностями p_i;
- ♦ Суму різниць всіх її можливих значень x_i, з їх ймовірностями p_i.

Якщо студент обрав другу або третю відповідь, то він отримує повідомлення «*Математичним сподівання дискретної випадкової величини X називають число, яке дорівнює сумі добутків усіх можливих значень X на відповідні їм імовірності*».

Крок 13. Нехай проводиться n незалежних випробувань, у кожному з яких ймовірність події A дорівнює p. Розглянемо випадкову величину X, яка визначає число появ подій A (число успіхів) у цій серії випробувань. Очевидно, що X може набувати значень $0,1,2,...,k,...,n$, ймовірність яких обчислюється за формулою Бернуллі. Як називається такий дискретний розподіл?

- ♦ Розподіл Пуассона

- Біномний розподіл
- ♦ Рівномірний дискретний розподіл

Якщо студент обрав першу або третю відповідь, то отримує повідомлення «*Приклади, які визнає розподіл: кількість браковані виробів серед загальної кількості n виробів; кількість влучень у мішень при n пострілах*».

Висновки. Отже, основні результати роботи:

✓ Проаналізовано основні вимоги до навчальних тренажерів.

✓ Розглянуто навчальну літературу з теми «Розподіли дискретних випадкових величин та їх числові характеристики».

✓ Розроблений та запрограмований навчальний тренажер з теми «Розподіли дискретних випадкових величин та їх числові характеристики» для дистанційного навчального курсу «Теорія ймовірностей та математична статистика».

Список використаних джерел

1. Теорія ймовірностей : методичні вказівки до виконання модульної роботи № 7 : у 2 ч. / уклад: В. М. Кузнецов, Т. М. Бусарова, О. В. Звонарьова, Т. А. Агошкова; Дніпропетр. нац. ун-ту залізн. трансп. ім. В. Лазярана, 2013. – Ч. 2. Випадкові величини. – С. 28–34.
2. Вища математика в прикладах та задачах. Частина IV. Випадкові величини : навч. посіб. / укл.: А. В. Павленко, О. Є. Запорожченко, А. Г. Моня та ін. – Дніпропетровськ : НМутаУ, 2012. – С. 4–20.
3. Теорія ймовірностей та математична статистика : курс лекцій / уклад.: Т. А. Ліхоузова. – Київ : КП ім. Ігоря Сікорського, 2018. – С. 53–67.

УДК 004.588

ТРЕНАЖЕР З ТЕМИ «МОДЕЛЮВАННЯ БУЛЕВИХ ФУНКЦІЙ ЗА ДОПОМОГОЮ ЕЛЕМЕНТАРНОГО ПЕРСЕПТРОНУ» ДИСЦИПЛІНИ «НЕЙРОННО-МЕРЕЖЕВІ ТЕХНОЛОГІЇ В ІНФОРМАТИЦІ»

Ю. С. Гусак, *магістр напряму підготовки Комп'ютерні науки, група КН м-21 спеціальності 122 «Комп'ютерні науки» освітня програма «Комп'ютерні науки»*
Ю. Ф. Олексійчук, *к. ф.-м. н., доцент кафедри математичного моделювання та соціальної інформатики – науковий керівник*

Анотація. У статті розглядається поняття нейронної мережі, зокрема елементарного персептрона та алгоритм навчального

тренажера та його реалізація мовою C# в середовищі розробки Microsoft Visual Studio 2017. Тренажер створений на тему «Моделювання булевих функцій за допомогою елементарного персептрону» для дистанційного курсу «Нейронно-мережеві технології в інформатиці».

Ключові слова. Нейронні мережі, булеві функції, елементарний персептрон, навчальний тренажер.

Abstract. The article considers the concept of neural networks, in particular elementary perceptron and the training simulator algorithm and its implementation in C# in the development environment of Microsoft Visual Studio 2017. The program realization of the simulator on topic «Modeling boolean functions using elementary perceptron» for the distance course «Neural network technologies in Informatics».

Keywords. Neural networks, boolean functions, elementary perceptron, training simulator.

Постановка проблеми. Нейронні мережі – потужний метод моделювання, що дозволяє відтворювати надзвичайно складні залежності. Протягом багатьох років лінійне моделювання було основним методом моделювання в більшості областей, оскільки для нього добре розроблені процедури оптимізації. Крім того, нейронні мережі справляються з завданнями які не дозволяють моделювати лінійні залежності в разі великого числа змінних.

Актуальною проблемою комп’ютерних технологій є побудова оптимальної структури нейронної мережі. Для персептронів наявність прихованих шарів вважається за необхідне, але завдання визначення кількості прихованих шарів в загальному вигляді не вирішена. Крім того, потрібно визначити кількість нейронів в кожному прихованому шарі.

Персептрон – це найпростіша нейронна мережа, яка здатна вирішити задачу класифікації вхідних векторів. Завдання класифікації дозволяють вирішувати досить складні проблеми аналізу комутаційних з’єднань, розпізнавання образів і інших задач з високою швидкодією і гарантією правильного результату.

Призначенням навчальних тренажерів є допомога студенту при вивченні певної теми [1–4]. Тренажер з теми «Моделювання булевих функцій за допомогою елементарного персептрону» дистанційного курсу «Нейронно-мережеві технології в інформатиці» ще не розроблений, тому тема є актуально.

Аналіз основних досліджень і публікації. У 1943 р. у статті «Логічне обчислення ідей, що відносяться до нервової активності» У. Мак-Каллок та У. Піттс запропонували поняття штучної нейронної мережі. Зокрема, ними була запропонована модель штучного нейрона. Д. Хебб у роботі «Організація поведінки» 1949 р. описав основні принципи навчання нейронів.

Через декілька років цю ідею продовжив нейрофізіолог Ф. Розенблат. Він запропонував схему пристрою, яка моделювала процес людського відчуття та назвав його «персептрон» [5].

Формулювання мети. Метою статті є дослідження елементарного персептрону, розробка та алгоритмізація навчального тренажеру з теми «Моделювання булевих функцій за допомогою елементарного персептрону».

Виклад основного матеріалу дослідження. Персептрон повинен вирішувати задачу класифікації по бінарним сигналам. Всі елементи вектору являються булевими змінними. Алгоритм елементарного персептрону: подаємо на вхід персептрону такий вектор, для якого уже відома правильна відповідь. Якщо вихідний сигнал персептрона співпадає з правильною відповіддю, то ніяких дій робити не потрібно. Якщо ж трапляється помилка, необхідно навчити персептрон правильно вирішувати даний приклад.

Розглянемо як відбувається навчання персептрона. Нехай на виході персептрона – 0, а правильна відповідь – 1. Для того щоб персептрон видавав правильну відповідь, необхідно, щоб сума в правій частині стала більше. Оскільки змінні приймають значення тільки 0 або 1, збільшення суми може бути досягнуто збільшенням вагових коефіцієнтів. Однак немає значення збільшувати ваги при змінних, які дорівнюють 0. Таким чином, слід збільшувати ваги, при таких змінних, які дорівнюють 1.

При розробці тренажеру були використані лекції з дисципліни «Нейронно-мережеві технології в інформатиці» та [6].

Після запуску тренажеру перед користувачем з’являється вікно, де він бачить назву тренажера та дві кнопки – «Розпочати» та «Вихід». Натиснувши кнопку «Розпочати» випадковим чином з’являється одна з трьох умов задачі, яку користувачу необхідно розв’язати. Під умовою з’являється перше питання в якому користувачу потрібно вибрати одну правильну відповідь. Після вибору відповіді становиться активною кнопка «Продов-

жити» та користувач може натиснути на неї, щоб перевірити правильність відповіді. Якщо користувач помилився, то з'являється вікно із підказкою. Якщо користувач помилився вдруге, то з'являється вікно з правильною відповіддю. Якщо ж відповідь правильна, то користувач переходить до наступного питання.

Алгоритм тренажера містить 5 кроків. Вони поділяються на питання з вибором однієї правильної відповіді (1, 2, 3, 5) та питання з самостійним введенням відповіді (4). Нижче наведено декілька кроків з алгоритму тренажера з вибором однієї правильної відповіді та самостійним введенням відповіді.

Крок 1. Скільки входів буде мати елементарний персептрон для моделювання булевої функції?:

2 (кількість входів залежить від кількості змінних);

8 (кількість входів залежить від кількості аргументів);

4 (кількість входів залежить від кількості рядків в булевій функції).

Відповідь: 2 (кількість входів залежить від кількості змінних).

Крок 2. Скільки вагових коефіцієнтів необхідно підібрати для моделювання булевої функції в елементарному персептроні:

5 (кількість вагових коефіцієнтів рівна кількості рядків та порогу);

3 (кількість вагових коефіцієнтів залежить від порогу та кількості входів);

2 (кількість вагових коефіцієнтів залежить від кількості входів).

Відповідь: 3 (кількість вагових коефіцієнтів залежить від порогу та кількості входів).

Крок 4. Підберіть вагові коефіцієнти w_0, w_1, w_2 таким чином, щоб елементарний персептрон моделював роботу даної булевої функції:

Відповідь: Правильна відповідь залежить від того, яка задача з'явиться перед користувачем. Уявимо, що користувачеві дісталася задача з моделювання булевої функції – кон'юнкції. Тоді одна з правильних відповідей:w_0=–1, w_1=1, w_2=1.

Для розробки навчального тренажера вибрана мова об'єктно-орієнтованого програмування C# [7]. В якості середовища розробки – програма Microsoft VisualStudio 2017.

В публікації розглянуто частину роботи алгоритму тренажера. Даний тренажер можна буде використовувати як в дистанційному навчанні, так і в стаціонарному.

Висновки. Розглянуто поняття нейронної мережі, елементарного персептрону та частину алгоритму навчального тренажеру. Створений навчальний тренажер для навчання студентів поняттю елементарного персептрону та моделювання, з його допомогою, булевих функцій.

Список використаних джерел

1. Ємець О. О. Про розробку тренажерів для дистанційних курсів кафедрою ММСІ ПУЕТ [Електронний ресурс] // Інформатика та системні науки (ІСН-2017) : матеріали VIII Всеукр. наук.-практ. конф. за міжнар. участю, (м. Полтава, 16–18 березня 2017 р.) / за ред. О. О. Ємець. – Полтава : ПУЕТ, 2017 – С. 152–161.
2. Кильник В. В. Програмна реалізація елементів тренажеру з теми «Навчання елементарного персептрону» дисципліни «Нейронно-мережеві технології в інформатиці» / В. В. Кильник, Ю. Ф. Олексійчук // Комп'ютерні науки і прикладна математика (КНіПМ-2018) : матеріали наук.-практ. семінару. Випуск 1. – Полтава : Кафедра ММСІ ПУЕТ, 2018. – С. 54–58.
3. Гусак Ю. С. Програмна реалізація елементів тренажеру з теми «Моделювання булевих функцій за допомогою елементарного персептрону» дисципліни «Нейронно-мережеві технології в інформатиці» / Ю. С. Гусак, Ю. Ф Олексійчук // Комп'ютерні науки і прикладна математика (КНіПМ-2020) : матеріали наук.-практ. семінару. Випуск 5. – Полтава : Кафедра ММСІ ПУЕТ, 2020. – С. 40–42.
4. Ярмоленко А. В. Алгоритм роботи тренажеру з теми «Асимптотичні оцінки функцій» дисципліни «Аналіз алгоритмів» / А. В. Ярмоленко, Ю. Ф. Олексійчук // Комп'ютерні науки і прикладна математика (КНіПМ-2018) : матеріали наук.-практ. семінару. Випуск 2. – Полтава : Кафедра ММСІ ПУЕТ, 2018. – С. 14–16.
5. Rosenblatt F. The Perceptron: A Probabilistic Model for Information Storage and Organization in the Brain / F. Rosenblatt // Psychological Review, v65, № 6 – Cornell Aeronautical Laboratory, 1958. – P. 386–408.
6. Хайкин С. Нейронные сети: полный курс, 2-е изд. – Москва : ООО «И. Д. Вильямс», 2006 – 1104 с.
7. Язык программирования C#: Четвёртое издание. Классика Computer Science. // Хейлсберг А., Торгерсен М., Вилтамут С., Голд П. – Санкт-Петербург : Бином. – 2012. – 715 с.

УДК 519.7+004

РОЗРОБКА ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДЛЯ ТРЕНАЖЕРА ДИСТАНЦІЙНОГО КУРСУ «ТЕОРІЯ ІНФОРМАЦІЇ ТА КОДУВАННЯ» З ТЕМИ «КОДИ ІЗ ВИЯВЛЕННЯМ ПОМИЛОК»

Я. І. Жайворонок, *магістр спеціальності 122 Комп'ютерні науки освітня програма «Комп'ютерні науки»*
Т. О. Парфьонова, *к. ф.-м. н., доцент – науковий керівник*

Анотація. У публікації розглядається алгоритм тренажеру та його програмна реалізація для теми «Коди із виявленням помилок» дистанційного курсу «Теорія інформації та кодування».

Ключові слова: коди із виявленням помилок, тренажер, двійкові коди, недвійкові коди.

Abstract. Development of software for the remote course simulator "Theory of information and coding" on the theme "Error detection codes". The article discusses the algorithm and program implementation of the simulator for the distance course "Theory of information and coding".

Keywords: error detection codes, simulator, binary code, non-single codes

Постановка проблеми. Ураховуючи нинішні реалії, в яких студенти навчаються в основному за допомогою дистанційних курсів та онлайн посібників тренажери є важливою складовою будь-якого дистанційного курсу. За допомогою тренажеру студенти зможуть вивчати коди із виявленням помилок не виходячи з домівки. Гнучка структура наддасть змогу студентам отримувати всі методичні рекомендації та підказки для повного розуміння матеріалу.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Початківцем в даній галузі був К. Шеннон. Він сформулював теорему для випадку передачі дискретної інформації з каналу із завадами. Також важливі дослідження провели В. П. Полторак, Ю. П. Жураковський, А. П. Глушко.

Формулювання мети. Побудувати алгоритм та запрограмувати навчальний тренажер з теми: «Розробка програмного забезпечення для тренажера дистанційного навчального курсу «Теорія інформації та кодування» з теми «Коди із виявленням помилок».

Виклад основного матеріалу дослідження. Алгоритм, за яким студенти будуть вивчати коди із виявленням помилок повинен містити в собі інформацію та завдання по всім основним кодам, що виявляють помилки, а саме двійкові та недвійкові коди та їх різновидності.

Студенту доступно 10 тем. При виборі будь-якої з цих тем користувачу буде надана можливість обрати теоретичну чи практичну частини тестування.

Далі до кожного типу тренування представлено по два приклади кроків (вірну відповідь виділено жирним шрифтом).

Другий крок з теоретичної частини теми «Код з перевіркою на парність».

Крок 2. Скільки інформаційних елементів (k) має код з перевіркою на парність?

a) $k = (n-1)$;

b) $k = (r-1)$;

c) $k = (n-2)$;

d) $k = (n+n-1)$.

Другий крок з теоретичної частини теми «Інверсний код (із повторенням та інверсією)».

Крок 2. За умови $\sum_{i=l}^{k} \circ a_i = 0$ перевірні елементи:

a) Просто повторюють інформаційні ($b_i = a_i, i = 1, ..., k$);

b) Повторюють інформаційні в інвертованому вигляді ($b_i = a_i \oplus 1, i = 1,...,k$).

У практичній частині поступово вирішується поставлена задача. Приклад задачі практичної частини з теми «Код із простим повторенням» та приклад двох кроків.

Закодувати комбінацію 0110110 двійкового простого коду $k = 7$) двійковими кодами з простим повторенням, виявити однократну помилку та визначити надмірність коду.

Крок 1. Закодуйте двійкову комбінацію 0110110 кодом з простим повторенням.

Відповідь: $A = 01101100110110$.

Крок 3. Виникла однократна помилка, вектор якої E = 00000010000000. Розрахуйте суму $A \oplus E = ?$

Відповідь: $A \oplus E = 01101110110110.$

Тренажер розроблено з використанням багатоплатформового інструменту для розробки дво- та тривимірних додатків та ігор Unity, скрипти написані з використанням мови програмування C#. Для максимального поширення тренажеру його скомпільвано на три найпопулярніші платформи: windows, android та html5.

Після запуску тренажеру перед користувачем з'являється головне меню з назвою тренажеру, вітанням та двома кнопками: «Розпочати» – з'являється меню з кнопками вибору теми тренування та «Вихід» – дає змогу вийти з програми. Всього для тренування доступно 10 тем: «Код з перевіркою на парність», «Код з перевіркою на непарність», «Код із простим повторенням», «Інверсний код (із повторенням та інверсією)», «Кореляційний код», «Код із сталою (постійною) вагою», «Код із кількістю одиниць у комбінації, кратною 3», «Код з перевіркою на парність за модулем q», «Код з повтореннями», «Незвідні змінно-позиційні коди». При виборі будь якої з цих тем користувачу буде надана можливість обрати теоретичну чи практичну частини тестування. Коли користувач повністю завершує проходження однієї з доступних тем, то кнопки з повністю пройденими темами позначаються зеленим кольором, а кнопки з непройденими темами – червоним.

Коли користувач почне тренування у режимі «Теоретична частина», йому почергово будуть надані тільки тестові питання, кількість яких залежить від обраної теми. При виборі вірної відповіді вона буде відображатися зеленим кольором, при цьому активується кнопка переходу до наступного питання. Коли користувач обирає невірну відповідь, то вона відмічається червоним кольором, демонструється вірна відповідь та з'являється вікно з пропозицією ознайомитися з теоретичним матеріалом за допомогою кнопки «Теоретичний матеріал». Після закінчення тестування з'явиться кнопка «Практична частина» за допомогою якої користувач зможе швидко перейти до практичної частини тестування з обраної теми.

Якщо користувач почне тренування у режимі «Практична частина», то йому потрібно розв'язати приклад, який складається з декількох кроків, кількість яких залежить від обраної теми. В цьому типі тренування почергово будуть надані питання тільки з введенням відповіді. При введенні вірної відповіді вона

буде відображатися зеленим кольором, при цьому активується кнопка переходу до наступного питання. При введені невірної відповіді перший раз – на екрані з'явиться підказка, при введені невірної відповіді другий раз – на екрані з'явиться вірна відповідь, пропонується перейти до теорії та з'явиться кнопка переходу до наступного питання.

Розрахунок балів користувача ведеться по кожній темі окремо. За кожну вірну відповідь користувачу нараховується один бал, в залежності від кількості питань максимальна оцінка буде різною. Оцінка буде постійно змінюватися в залежності від правильності відповідей користувача та відображатиметься після завершення одного з етапів теми, біля кнопки обрання теми та динамічно в обраному режимі тренування.

При проходженні теоретичної або практичної частини користувачу весь час будуть доступні такі кнопки: «Завершити» – завершує тестування та переходить до вікна результатів, «Теоретичний матеріал» – перенаправляє користувача до теоретичного матеріалу, «Відповісти» – програма перевіряє відповідь користувача.

Висновки. Розроблено алгоритм, за яким студенти будуть вивчати коди із виявленням помилок і який містить інформацію та завдання по всім основним кодам, що виявляють помилки, а саме двійкові та недвійкові коди та їх різновидності.

Студенту доступно 10 тем. При виборі будь-якої з цих тем користувачу надана можливість обрати теоретичну чи практичну частини тестування.

Тренажер розроблено з використанням інструменту для Unity, скрипти написані з використанням мови програмування C#. Тренажер скомпільвано на три платформи: windows, android та html5.

Список використаних джерел

1. Жураковський Ю. П. Теорія інформації та кодування / Ю. П. Жураковський, В. П. Полторак, 2001. – С. 134–157.
2. Бондаренко І. М. Коди та кодування / І. М. Бондаренко, Ю. П. Жураковський, А. П. Глушко. – Харків : XI ВПС (Харківський інститут ВПС ім. І. Кожедуба), 2003. – С. 58–65 с.
3. Программирование на C# в Unity для начинающих [Електронний ресурс] // UnityTechnologie. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: https://unity3d.com/ru/learning-c-sharp-in-unity-for-beginners.

4. Ємець О. О. Комп'ютерні науки і прикладна математика (КНіПМ-2019) : матеріали науково-практичного семінару. Випуск 3 [Електронний ресурс] / за ред. Ємця О. О. – Полтава : Кафедра ММСІ ПУЕТ, 2019. – 83 с. – Режим доступу: http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/7048.

УДК 004.4'2

ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДЛЯ ТРЕНАЖЕРА З ТЕМИ «МАТЕМАТИЧНІ ОСНОВИ ДИСЦИПЛІНИ» ДИСТАНЦІЙНОГО НАВЧАЛЬНОГО КУРСУ «ТЕОРІЯ ПРОГРАМУВАННЯ»

Є. С. Коломієць, *магістр спеціальності 122 Комп'ютерні науки освітня програма «Комп'ютерні науки»*
О. О. Черненко, *к. ф.-м. н., доцент – науковий керівник*

Ключові слова: тренажер, теорія програмування, основи дисципліни, математичні основи.

Постановка проблеми. Основним завданням роботи є розробка тренажеру з теми «Математичні основи дисципліни» дистанційного навчального курсу «Теорія програмування». Планується розробка тренажеру за алгоритмом та його подальше використання як складової дистанційного курсу «Теорія програмування». Отже, необхідно врахувати можливість інтеграцій тренажеру до системи дистанційного навчання Moodle.

Розглянемо основні завдання роботи:

– провести аналіз переваг використання тренажерів у дистанційному навчанні

– провести вибір та обґрунтування мови програмування;

– розробити логічну схему інтерфейсу тренажеру;

– розглянути теоретичні відомості за обраною темою;

– розробити алгоритм тренажеру з теми «Машини Тьюрінга».

Слід розробити можливість спочатку переглянути теоретичний матеріал за темою, та за необхідності його завантажити. На кожному кроці тренажеру повинно виводитися завдання, відповідь має надаватися одним із способів:

– вибір одного з декількох варіантів;

– вибір декількох варіантів;

– встановлення відповідності.

Також окремо слід реалізувати практичну частину тренажеру, де студенту буде ставитися завдання і його потрібно виконати.

При неправильній відповіді слід відображати повідомлення про помилку.

Для використання тренажера іноземними студентами в рамках вивчення дистанційного курсу «Теорія програмування» потрібно розробити можливість зміни мови у програмі або запуску тренажеру відразу на англійській мові.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Курс теорії програмування оснований на творчому синтезі вибраних формальних теорій (лямбда-вирахування, комбінаторна логіка, теорія категорій та ін.) та унікальної технологічної платформи Mirosoft.NET, що забезпечує практично прозору інтеграцію коду на мовах програмування різних типів [1].

«Теорію програмування» умовно можна поділити на 2 частини. Перша частина присвячена основам функціонального підходу до програмування на прикладі мови LISP. Саме це і розглянемо в теорії програмування. Друга частина охоплює основні розділи програмування в застосуванні до об’єктно орієнтованих мов програмування (мова C#), більш детально розглянуте в курсі «Технології програмування». Базові аспекти професіонального програмування викладаються в порівнянні мов C# і LISP на єдиній платформі Microsoft.NET. Це дає можливість більш глибоко проникнути в суть процесу створення програмних систем [2, 3].

Функціональний підхід дає можливість прозоро моделювати текст програми математичними засобам, а отже, досить цікавий з теоретичної точки зору.

Складні програми при такому підході будуються шляхом агрегування функцій. При цьому текст програми представляє собою функцію, деякі аргументи якої можна розглядати теж як функції. Більш того, типи окремих функцій, можуть бути змінними. Таким чином, забезпечується обробка різнорідних даних.

Враховуючи вищеописане, можна сказати, що підхід до програмування будується виключно на математичній основі [4].

Формулювання мети. Метою статті є ознайомлення з тренажером з теми «Математичні основи дисципліни» дистанційного курсу «Теорія програмування», огляд розробленого алгоритму роботи тренажера.

Виклад основного матеріалу дослідження. В тренажері користувачу пропонується спочатку переглянути теоретичний матеріал за темою (передбачена можливість його завантажити). В тестовій частині на кожному кроці виводиться завдання, відповідь надається одним із способів:

– вибір одного з декількох варіантів;
– вибір декількох варіантів;
– встановлення відповідності.

При неправильній відповіді відображається повідомлення про помилку.

Всі завдання представлено з таких тем:

1. Множини.
2. Відношення.
3. Порядок, структури.

Розглянемо початок тестової частини.

Крок 1. Виводиться завдання: Множина – це _____.

Виберіть правильну відповідь:

– об'єкти, які відрізняються за деякою ознакою;
– сукупність об'єктів, які відрізняються за деякою ознакою;
– сукупність об'єктів, які схожі за деякою ознакою.

Якщо не вибрано другий варіант, то відображається помилка: «Множина – сукупність об'єктів, які відрізняються за деякою ознакою». Інакше – перехід на наступний крок.

Крок 2. Виводиться завдання: Множини найчастіше записуються у вигляді а) $A = \{a,b,c\}$ –_____.

Виберіть правильну відповідь:

– перерахування конкретних елементів;
– опис характеристичної властивості елементів множини.

Якщо не вибрано перший варіант, то відображається помилка: «Множини найчастіше записуються у вигляді а) $A = \{a,b,c\}$ – перерахування конкретних елементів». Інакше – перехід на наступний крок.

Крок 3. Виводиться завдання: Множини найчастіше записуються у вигляді б) $B = \{x \mid x > 0\}$ –_____.

Виберіть правильну відповідь:

– перерахування конкретних елементів;
– опис характеристичної властивості елементів множини.

Якщо не вибрано перший варіант, то відображається помилка: «Множини найчастіше записуються у вигляді б) $B=\{x \mid x>0\}$ – опис характеристичної властивості елементів множини». Інакше – перехід на наступний крок.

В практичній частині виводяться завдання, в яких потрібно вписати правильну відповідь.

1. Перелічити підмножини $\{a\}$.

2. Перелічити підмножини $\{a, b, c\}$.

3. Перелічити підмножини $\varnothing$.

4. Перевірити правильність:

а) $\varnothing \subseteq \varnothing$; б) $\varnothing \subset \varnothing$; в) $\varnothing \in \varnothing$;

г) $\varnothing \subseteq A$, де A– довільна множина;

д) $\varnothing \in A$, A– довільна множина.

5. Визначити кількість символів у множині:

а) $\{\varnothing,\{\varnothing\}\}$; б) $\{\{\varnothing,\{\varnothing\}\}\}$;

в) $\{1,2,3,\{1,2,3\}\}$;

г) $\{\varnothing,\{\varnothing\}\ a,b,\{a,b\},\{a,b,\{a,b\}\}\}$;

д) $\{\varnothing,\{\varnothing\}\}$, $\{\{\varnothing,\{\varnothing\}\}\}$.

6. Нехай $A=\{1,2,3\}$, $B=\{a,b\}$. Визначити декартові добутки:

а) $A\times B$; б) $A\times B$; в) $A\times\varnothing$;

7. Визначити булеан $\boldsymbol{P}(A)$, якщо $A=\varnothing$. Визначити кількість елементів $\boldsymbol{P}(A)$.

8. Перевірити правильність:

а) $A\bigcup\varnothing=A$; б) $A\oplus\varnothing=A$;

в) якщо $A\subseteq B$, то $A\bigcup B=A$;

д) якщо $A\bigcup B=A$, то $B\subseteq A$.

9. Нехай $A=\{a,b,c,d,e\}$, а S, T, U і V – відношення на A, де

$S=\{(a,a),\ (a,b),\ (b,c),\ (b,d),\ (c,e),\ (e,d),\ (c,a)\}$;

$T=\{(a,b),\ (b,a),\ (b,c),\ (b,d),\ (e,e),\ (d,e),\ (c,b)\}$;

$U=\{(a,b),(a,a),(b,c),(b,b),(e,e),(b,a),(c,b),(c,c),(d,d),(a,c),(c,a)\}$;

$V = \{(a,b),(b,c),(b,b),(e,e),(b,a),(c,b),(d,d),(a,c),(c,a)\};$

а) побудувати $U \cap V$;

б) побудувати $S \cup T$;

в) побудувати $U \setminus T$;

г) побудувати $U \oplus S$.

Після відповіді на останній крок виводиться результат проходження тренажера.

Висновки. В статті викладено результати розробки та програмування тренажера з теми «Математичні основи дисципліни». Було розроблено алгоритм роботи тренажера. Результати роботи можуть бути впроваджені в дистанційному навчальному курсі «Теорія програмування».

Список використаних джерел

1. Черненко О. О. Електронний навч.-метод. посіб. для самостійного вивчення навчальної дисципліни «Теорія програмування» для студентів напряму 6.040302 «Інформатика» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://tprogr.ho.ua.
2. Бабій М. С. Теорія програмування [Електронний ресурс] : навч. посіб. / М. С. Бабій, О. П. Чекалов. – Суми : Вид-во СумДУ, 2009. – 181 с.
3. Нікітченко М. С. Теоретичні основи програмування [Електронний ресурс] : навч. посіб. / М. С. Нікітченко. – Київ : КНУ ім. Т. Г. Шевченка, 2009. – 200 с. – Режим доступу: http://ttp.unicyb.kiev.ua/doc/TOP.pdf.
4. Гросс М. Теория формальных грамматик / М. Гросс, А. Лантен. – Москва : Мир, 1971. – 294 с.

УДК 004.588

РОЗРОБКА ТРЕНАЖЕРА З ТЕМИ «ВИЯВЛЕННЯ АНОМАЛЬНИХ СПОСТЕРЕЖЕНЬ ЗА ДОПОМОГОЮ КРИТЕРІЮ ТОМПСОНА» ДИСЦИПЛІНИ «АНАЛІЗ ДАНИХ І ПРИКЛАДНІ ПАКЕТИ СТАТИСТИЧНОЇ ОБРОБКИ»

***О. С. Кривошей**, магістр спеціальності 122 Комп'ютерні науки освітня програма «Комп'ютерні науки»*
***Ю. Ф. Олексійчук**, к. ф.-м. н., доцент кафедри математичного моделювання та соціальної інформатики*

Анотація. У статті розглядається алгоритм тренажеру і його реалізація на мові JavaScript в середовищі розробки GitHub Atom.

Ключові слова: аномальні спостереження, оптимізація, тренажер, аналіз даних

Abstract. In the article the simulator's algorithm and its implementation by JavaScript in the development environment GitHub Atom are considerated.

Keywords: abnormal observations, optimization, simulator, data analysis.

Постановка проблеми. У статті розглядається алгоритм роботи навчального тренажеру з теми: «Виявлення аномальних спостережень за допомогою критерію Томпсона» дисципліни «Аналіз даних і прикладні пакети статистичної обробки». Функцією такого тренажеру є допомога студенту під час вивчення певної теми [1].

Аналіз основних досліджень і публікацій. Останнім часом на кафедрі математичного моделювання та соціальної інформатики розроблену велику кількість навчальних тренажерів [1–5].

Формулювання мети. Тренажер з теми «Виявлення аномальних спостережень за допомогою критерію Томпсона» дистанційного курсу «Аналіз даних і прикладні пакети статистичної обробки» ще не був розроблений, тому ця тема є актуальною. При розробці тренажеру були використані лекції з дисципліни «Аналіз даних і прикладні пакети статистичної обробки» та [6].

Виклад основного матеріалу дослідження. Після запуску тренажеру перед користувачем з'являється вікно, де він бачить базову інформацію про тренажер та кнопку – «Розпочати». Натиснувши кнопку «Розпочати» з'являється питання відповідно до теми тренажеру. В цьому вікні користувачу потрібно вибрати правильну відповідь. Після вибору відповіді, кнопка «Далі» стає активною. Під час натиснення на кнопку «Далі», користувачу виводиться інформація про правильність вибору. У випадку невірної відповіді, користувачу з'являється вікно із підказкою. Якщо ж користувач робить помилку вдруге, то з'являється вікно з правильною відповіддю. У разі надання правильної відповіді, користувач переходить до наступного питання.

Алгоритм тренажера містить 15 кроків. Вони поділяються на кроки з вибором однієї правильної відповіді, кроки із заповненням таблиць, та кроки із самостійним введенням відповіді.

Нижче наведено декілька кроків з алгоритму тренажера з вибором однієї правильної відповіді та самостійним введенням відповіді.

Крок 1. Виявленням аномальних спостережень

а) називається знаходження та ідентифікація елементів, подій або спостережень, що не відповідають очікуваній поведінці або іншим елементам набору даних;

б) називається знаходження та ідентифікація елементів, подій або спостережень, що відповідають очікуваній поведінці (патернам) або іншим елементам набору даних;

в) називається знаходження відповідностей між очікуваними подіями та набором даних суми всіх елементів.

Відповідь: а).

Крок 2. Визначте середнє вибіркове з даної вибірки (генерована вибірка даних) та впишіть його в поле нижче.

Відповідь: Правильна відповідь буде генеруватися автоматично в залежності від вибірки даних.

Крок 3. В табличних редакторах типу MS Excel за допомогою якої функції рахується вибіркове стандартне відхилення?

а) STDEV()/СТАНДОТКЛОН();

б) STMEAN()/СТАНДВИБ().

с) СТАНДВИБ().

Відповідь: STDEV()/СТАНДОТКЛОН();

Крок 4. Заповніть таблицю, відповідно до випадку з такими даними: Рівень значимості P = 0,1; Середнє вибіркове відхилення $S(n) = \ldots$; Середнє вибіркове $S(n) = \ldots$.

Відповідь: 1,26273, 1,63157.

Крок 5. При формулі знаходження $T(n) = (x_i(n) - x(n)) / S(n)$, $x_i(n)$ – елемент вибірки $x, x(n)$ – середнє вибіркове, $S(n)$ – Вибіркове стандартне відхилення якою буде відповідь якщо $S(n) = 1{,}2627,\ t(n-2) = 1{,}6315,\ x_i = 4{,}9.$

Відповідь: 2,588 або 2,58 або 2,5.

Для розробки навчального тренажера вибрана мова об’єктно-орієнтованого програмування JavaScript [7]. В якості середовища розробки – текстовий редактор Atom. Atom – розроблений компанією «GitHub», вільний текстовий редактор і редактор коду, який може використовуватися як самодостатнє рішення, так і у ролі технологічного стека для побудови різних спеціа-

лізованих рішень. Використання Atom обумовлене тим, що він надає засоби крос-платформового редагування коду.

Розроблений програмний комплекс є веб-орієнтованим клієнтським односторінковим додатком (single page application), який створений за допомогою мови програмування javascript, фреймворку Electron (node.js) та бібіліотек javascript. Electron (раніше відомий як atom shell) – фреймворк, розроблений GitHub. Дозволяє розробляти різні графічні застосунки для настільних операційних систем за допомогою веб-технологій. Фреймворк включає в себе node.js для роботи з back-end і бібліотеку рендерингу з Chromium. Electron дозволяє створювати будь-які графічні застосунки з використанням браузерних технологій, логіка роботи яких визначається на JavaScript, HTML5 і CSS, а функціональність може бути розширена через систему доповнень. Розробникам доступні модулі node.js, а також розширений API для формування нативних діалогів, інтеграції застосунків, створення контекстних меню, інтеграції з системою виведення повідомлень, маніпуляції вікнами, взаємодії з підсистемами Chromium. На відміну від веб-застосунків, програми на базі Electron поставляються у вигляді самодостатніх виконуваних файлів, не прив'язаних до браузеру. При цьому розробнику не потрібно піклуватися про портування застосунків для різних платформ, Electron забезпечить можливість складання для всіх систем, підтримуваних у Chromium. Electron також надає засоби для організації автоматичної доставки і установки оновлень.

Дизайн програми розробляється за допомогою мови розмітки HTML5 та каскадної таблиці стилів CSS. Так час від часу існує необхідність показувати вікно повідомлень користувачам, щоб повідомити їх про помилку або вірність введення даних. Стандартні вікна повідомлень мови програмування JavaScript за замовчуванням не є дуже привабливі та функціональні, тому в розробці програмного продукту використовується JavaScript бібліотека SweetAlert2 та CSS-фрейморк Bootstrap. Bootstrap – це безкоштовний набір інструментів з відкритим кодом, призначений для створення веб-сайтів та веб-додатків, який містить шаблони CSS та HTML для типографіки, форм, кнопок, навігації та інших компонентів інтерфейсу, а також додаткові розширення JavaScript. Він спрощує розробку динамічних веб-сайтів і веб-додатків. Репозиторій із цим фреймворком є одним із найпопулярніших на GitHub.

Також при розробці використовується розподілена система керування версіями файлів та спільної роботи Git. Git – проєкт, який створив Лінус Торвальдс для керування розробкою ядра Linux. Git є однією з найефективніших, надійних і високопродуктивних систем керування версіями, що надає гнучкі засоби нелінійної розробки, що базуються на відгалуженні і злитті гілок. Для забезпечення цілісності історії та стійкості до змін заднім числом використовуються криптографічні методи.

Висновки. В публікації розглянуто роботу алгоритму тренажеру та його реалізацію. Даний тренажер можна буде використовувати як в дистанційному навчанні, так і в стаціонарному.

Список використаних джерел

1. Ємець О. О. Про розробку тренажерів для дистанційних курсів кафедрою ММСІ ПУЕТ // Інформатика та системні науки (ІСН-2017) : матеріали VIII Всеукр. наук.-практ. конф. за міжнар. участю, (м. Полтава, 16–18 березня 2017 р.) / за ред. О. О. Ємець. – Полтава : ПУЕТ, 2017 – С. 152–161.
2. Ємець О. О. Інформатика та системні науки (ІСН-2017) : матеріали VIII Всеукраїнської наук.-практ. конф. за міжнар. участю, (м. Полтава, 16–18 березня 2017 р.) / за ред. О. О. Ємець. – Полтава : ПУЕТ, 2017 –333с.
3. Русін В. С. Програмна реалізація елементів тренажеру з теми «Аналіз алгоритму сортування вставками» дисципліни «Аналіз алгоритмів» / В. С. Русін, Ю. Ф. Олексійчук // Інформатика та системні науки (ІСН-2017) : матеріали VIII Всеукр. наук.-практ. конф. за міжнар. участю (м. Полтава, 16–18 березня 2017 р.) – Полтава : ПУЕТ, 2017. – С. 236–237.
4. Мандрика В. М. Розробка тренажеру з теми «1-R алгоритм» дисципліни «Комп’ютерний аналіз статистичних даних» / В. М. Мандрика, Ю. Ф. Олексійчук // Комп’ютерні науки і прикладна математика (КНіПМ-2018) : матеріали наук.-практ. семінару. Випуск 2. – Полтава : Кафедра ММСІ ПУЕТ, 2018. – С. 10–13.
5. Кривошей О. С. Програмна реалізація елементів тренажера з теми «Виявлення аномальних спостережень за допомогою критерію Томпсона» дисципліни «Аналіз даних і прикладні пакети статистичної обробки» / О. С. Кривошей, Ю. Ф. Олексійчук // Актуальні питання розвитку науки та забезпечення якості освіти у XXI столітті : тези доп. XLIII Міжнар. наук. студ. конф. за підсумками науково-дослідних робіт студентів за 2019 рік (м. Полтава, 07–08 квітня 2020 року). Частина 2. – Полтава : ПУЕТ, 2020. – С. 123–125.

6. Горчаков А. А., Орлова И. В. Компьютерные экономико-математические модели. – Москва : ЮНИТИ, 1995.
7. Флэнаган Д. JavaScript Подробное руководство: Шестое издание. Классика Computer Science. – Санкт-Петербург : Символ Плюс, 2012. – 1080 с.

УДК 004.588

АЛГОРИТМ ТРЕНАЖЕРА З ТЕМИ «КОНТЕКСТОВІЛЬНІ МОВИ» ДИСТАНЦІЙНОГО НАВЧАЛЬНОГО КУРСУ «ТЕОРІЯ ПРОГРАМУВАННЯ»

М. О. Лєбєдєва, *магістр спеціальності 122 Комп'ютерні науки освітня програма «Комп'ютерні науки»*
О. О. Черненко, *к. ф.-м. н., доцент – науковий керівник*

Анотація. У статті розглядається навчальний тренажер з теми «Контекстовільні мови» дисципліни «Теорія програмування». Тренажер призначений для використання студентами спеціальності «Комп'ютерні науки» під час вивчення відповідної теми.

Ключові слова: тренажер, контекстовільні мови, теорія програмування, java, дистанційне навчання.

Abstract. An algorithm of the simulator on the subject «Context-free languages» of the discipline «Programming theory» is considered in the article. Students of specialty «Computer science» will used the simulator when studying this topic.

Keywords: simulator, context-free languages, programming theory, java, distance learning.

Постановка проблеми. Самостійне навчання студентів є важливою складовою освітнього процесу. Особливо це актуально для студентів заочної та дистанційної форм навчання, а також у випадках, коли денна форма навчання є недоступною з певних причин. Основним недоліком самонавчання є слабка практична підготовка. Одним із можливих вирішень цієї проблеми є створення навчальних тренажерів.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Для студентів Полтавського університету економіки і торгівлі доступні дистанційні курси [1], електронні посібники [2] та інші джерела інформації. Для кращої практичної підготовки на кафедрі математичного моделювання та соціальної інформатики створено багато навчальних тренажерів [3–9]. Тренажер призначений для

того, щоб допомогти здобути чи закріпити практичні навички з певної теми деякої навчальної дисципліни.

Формулювання мети. З дисципліни «Теорія програмування» розроблено тренажери з різних тем [3–5], але з теми «Контекстовільні мови» тренажеру немає. Тому розробка тренажеру з цієї теми є актуальною. Тренажер створюється як доповнення до дистанційного курсу з дисципліни «Теорія програмування».

Виклад основного матеріалу дослідження. Тема «Контекстовільні мови», як і вся дисципліна «Теорія програмування», є більш теоретично-орієнтованою. Але ця дисципліна важлива для підготовки програмістів. Студенту самостійно розібратися із темою «Контекстовільні мови» не завжди просто. Для допомоги студентам і створюється навчальний тренажер. Цей тренажер буде частиною дистанційного курсу з дисципліни «Теорія програмування».

У дистанційному курсі з дисципліни «Теорія програмування» [1] будуть зокрема розміщені інструкція, лекції, тести, контрольні роботи та інші матеріали. Оцінювання студента не є задачею навчального тренажеру – для цього є інші елементи дистанційного курсу. Також тренажер не буде містити теоретичної інформації, яка вже доступна в лекціях.

Отже, основним завданням навчального тренажеру з теми «Контекстовільні мови» дистанційного навчального курсу «Теорія програмування» допомогти студенту розібратися із відповідною темою.

Тема «Контекстовільні мови» містить багато математичних формул. Користувачу буде незручно вводити їх, використовуючи клавіатуру. Тому вибрано наступний формат роботи тренажеру: на кожному етапі виводиться питання або завдання, на яке або дано варіанти відповіді, з яких потрібно вибрати вірний, або користувач повинен ввести відповідь. Останній варіант буде використовуватися лише тоді, коли відповідь може бути введена відносно просто, без складних математичних формул і символів.

Приклади завдань:

1) Контекстовільна граматики еквівалентні:
   а) машині Тьюрінга;
   б) лінійно-обмеженим автоматам;
   в) магазинним автоматам;
   г) регулярним виразам.

Правильна відповідь: в) магазинним автоматам.

2) Якою із граматик може бути описана мова $\left\{ x^n y^n \mid n > 0 \right\}$?

а) $G_1 = \left(\{x, y\},\ \{S\},\ P,\ S \right)$, де $P = \{S \to xSy,\ S \to xy\}$;

б) $G_2 = \left(\{x, z\},\ \{S\},\ P,\ S \right)$, де $P = \{S \to xSz,\ S \to xz\}$;

в) $G_3 = \left(\{x, y\},\ \{S\},\ P,\ S \right)$, де $P = \{S \to xSy,\ S \to yx\}$;

г) $G_1 = \left(\{x, y\},\ \{S\},\ P,\ S \right)$, де $P = \{S \to ySx,\ S \to xy\}$.

Правильна відповідь: а) $G_1 = \left(\{x, y\},\ \{S\},\ P,\ S \right)$, де $P = \{S \to xSy,\ S \to xy\}$.

3. Чи є мова $\left\{ x^n y^n \mid n > 0 \right\}$ контекстовільною?

а) так;

б) ні.

Правильна відповідь: а) так.

Алгоритм роботи тренажеру наведений нижче

Крок 1. Запускається тренажер, на головному вікні виводиться основна інформація про цей тренажер. Користувачу пропонується почати роботу.

Крок 2. Виводиться завдання.

Крок 3. Номер етапу встановлюється рівним нулю.

Крок 4. Відбувається перевірка: чи номер поточного етапу не став рівний номеру останнього етапу. Якщо так, то перехід на крок 9. Якщо ні, то перехід на наступний крок.

Крок 5. Виводиться питання поточного етапу

Крок 6. Користувач вводить відповідь на питання поточного кроку.

Крок 7. Відповідь перевіряється на правильність. Якщо відповідь правильна, то номер етапу збільшується на 1, перехід на крок 5. Якщо відповідь неправильна, то перехід на наступний крок.

Крок 8. Виводиться довідкова інформація про допущену помилку. Перехід на крок 5.

Крок 9. Виводиться інформація про успішне проходження тренажеру. Завершення роботи.

Для розробки тренажеру вибрана мова програмування Java. Графічний інтерфейс користувача в Java найзручніше створювати за допомогою технології JavaFX. Однією з переваг JavaFX є

можливість легко відділити код графічного інтерфейсу користувача від логіки роботи програми.

Висновки. У статті розглянуто алгоритм роботи тренажеру з теми «Контекстовільні мови» дистанційного навчального курсу «Теорія програмування». Актуальною залишається задача реалізації цього алгоритму та впровадження тренажеру в навчальний процес.

Список використаних джерел

1. Черненко О. О. Методичні підходи щодо створення дистанційного курсу з дисципліни «Теорія програмування» / О. О. Черненко// Інформатика та системні науки (ІСН-2017) : матеріали VIII Всеукр. наук.-практ. конф. за міжнар. участю (м. Полтава, 16–18 березня 2017 р.) – Полтава : ПУЕТ, 2017. – С. 285–286.
2. Теркун Д. С. Удосконалення електронного навчального посібника з дисципліни «Теорія програмування» / Д. С. Теркун // Інформатика та системні науки (ІСН-2012) : матеріали III Всеукр-.наук.-практ. конф., (м. Полтава, 1–3 березня 2012 р.). – Полтава : ПУЕТ, 2012. – С. 250–251.
3. Данник О. І. Навчальний тренажер з теми «Мови і граматики» та його програмна реалізація / О. І. Данник, О. О. Черненко // Комп'ютерні науки і прикладна математика (КНіПМ-2018) : матеріали наук.-практ. семінару. Випуск 2 – Полтава : Кафедра ММСІ ПУЕТ, 2018. – С. 4–5.
4. Алексов С. В. Тренажер з теми «Дерево розбору» дистанційного навчального курсу «Теорія програмування» та розробка його програмного забезпечення / С. В. Алексов, О. О. Черненко // Актуальні питання розвитку науки та забезпечення якості освіти у XXI столітті : тези доп. XLIII Міжнар. наук. студ. конф. за підсумками науково-дослідних робіт студентів за 2019 рік (м. Полтава, 07–08 квітня 2020 року). Частина 2. – Полтава : ПУЕТ, 2020. – С. 115–117.
5. Волосевич М. В. Тренажер з теми «Марківські підстановки» дистанційного навчального курсу «Теорія програмування» та розробка його програмного забезпечення / М. В. Волосевич, О. О. Черненко // Актуальні питання розвитку науки та забезпечення якості освіти у XXI столітті : тези доп. XLIII Міжнар. наук. студ. конф. за підсумками науково-дослідних робіт студентів за 2019 рік (м. Полтава, 07–08 квітня 2020 року). Частина 2. – Полтава : ПУЕТ, 2020. – С. 119–121.
6. Ємець О. О. Про розробку тренажерів для дистанційних курсів кафедрою ММСІ ПУЕТ / О. О. Ємець // Інформатика та системні науки (ІСН-2015) : матеріали VI Всеукр. наук.-практ. конф. за

міжнародною участю, (м. Полтава, 19–21 берез. 2015 р.). – Полтава : ПУЕТ, 2015. – С. 152–161.
7. Чілікіна Т. В. Огляд тренажерів з дисципліни «Математичний аналіз» на прикладі розробок студентів напряму «Інформатика» / Т. В. Чілікіна // Інформатика та системні науки (ІСН-2016) : матеріали VII Всеукр. наук.-практ. конф. за міжнародною участю, (м. Полтава, 10–12 берез. 2016 р.). – Полтава : ПУЕТ, 2016. – С. 329–330.
8. Олексійчук Ю. Ф. Розробка та впровадження дистанційного курсу з дисципліни «Програмування» / Ю. Ф. Олексійчук // Дистанційна освіта: забезпечення доступності та неперервної освіти впродовж життя (e-learning and university education-2017) : матеріали XLII Міжнар. наук.-метод. конф. (м. Полтава, 9–10 лютого 2017 року). – Полтава : ПУЕТ, 2017. – С. 167–169.
9. Парфьонова Т. О. Про розробку тренажерів для дистанційного навчального курсу «Алгебра і геометрія» / Т. О. Парфьонова // Інформатика та системні науки (ІСН-2016) : матеріали VII Всеукр. наук.-практ. конф. за міжнар. участю, (м. Полтава, 10–12 берез. 2016 р.). – Полтава : ПУЕТ, 2016.

УДК 004.4’2

ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДЛЯ ТРЕНАЖЕРА З ТЕМИ «ФОРМАЛЬНІ ГРАМАТИКИ» ДИСТАНЦІЙНОГО НАВЧАЛЬНОГО КУРСУ «ТЕОРІЯ ПРОГРАМУВАННЯ»

І. С. Остапов, *магістр спеціальності 122 Комп’ютерні науки освітня програма «Комп’ютерні науки»*
О. О. Черненко, *к. ф.-м. н., доцент – науковий керівник*

Ключові слова: тренажер, граматики, формальні граматики, теорія програмування.

Постановка проблеми. У процесі виконання проєкту важливо, щоб студент продемонстрував методи і підходи, необхідні для професійної діяльності. Керівнику необхідно націлювати студента на виконання завдання, щоб практична частина роботи переважала над формальною. Необхідно акцентувати увагу студента на інтерпретацію отриманих результатів.

Основним завданням роботи є розробка алгоритму тренажера з теми «Формальні граматики» дистанційного навчального курсу «Теорія програмування».

Розглянемо основні завдання роботи:

– описати постановку задачі;

– описати інформаційний огляд;

– переглянути теоретичний матеріал з теми та навести основні його поняття для використання в тренажері;

– розробити алгоритм тренажеру;

– скласти блок-схему роботи алгоритму;

– описати мову програмування та інші технології, що використовувалися при розробці;

– описати процес реалізації основних етапів створення тренажеру;

– розробити тренажер.

Оскільки тренажер буде використовуватися іноземними студентами в рамках вивчення дистанційного курсу «Теорія програмування», то потрібно розробити можливість запуску тренажеру відразу на іншій мові або її зміни під час виконання.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Нововведення або інновації характерні для будь-якої професійної діяльності людини і тому природно стають предметом вивчення, аналізу та впровадження. Інновації самі по собі не виникають, вони є результатом наукових пошуків, передового педагогічного досвіду окремих викладачів і цілих колективів. Одним з видів інновацій в організації професійної освіти є введення дистанційного навчання [1].

Дистанційне навчання – нова організація освітнього процесу, що ґрунтується на використанні як кращих традиційних методів навчання, так і нових інформаційних та телекомунікаційних технологій, а також на принципах самостійного навчання, призначена для широких верств населення незалежно від матеріального забезпечення, місця проживання, стану здоров’я [2].

На сьогоднішній день існує багато рішень для систем дистанційного навчання, відмінних технічними можливостями, наявністю і рівнем складності різних функціональних компонентів.

Інтерфейс, допомога і документація системи MOODLE існують на декількох десятках мовах, які доступні і можуть бути вибрані і використані в разі потреби кожним користувачем.

Система повністю обслуговується з рівня стандартного веб-браузера. Не передбачає ніяких спеціальних вимог до устаткування і операційної системи. Є повністю безкоштовною. В поєднанні з відносно простою і добре описаною інсталяцією

платформа MOODLE без спеціальних труднощів може бути швидко встановлена на вузівському, шкільному або навіть власному сервері [3].

Формулювання мети. Метою статті є ознайомлення з тренажером з теми «Формальні граматики» дистанційного навчального курсу «Теорія програмування», огляд розробленого алгоритму роботи тренажера та його програмної реалізації.

Виклад основного матеріалу дослідження. В алгоритмі описано процес тестування та виконання практичних завдань. На кожному кроці виводиться умова, потім надається один із способів:

– вибір варіантів відповіді;
– встановлення відповідності;
– встановлення послідовності кроків.

При неправильній відповіді відображається помилка

Наведемо приклад тестування (кроки 1 і 3):

Крок 1. Користувачу відображається умова: «Формальна граматика або просто граматика в теорії формальних мов – спосіб опису формальної мови, тобто виділення деякої підмножини з множини всіх слів деякого скінченного алфавіту. Розрізняють породжувальні і аналітичні граматики. Продовжіть речення.» та наводяться варіанти відповіді:

✓ Перші ставлять правила, за допомогою яких можна побудувати будь-яке слово мови, а другі дозволяють по даному слову визначити, входить воно в мову чи ні;

✓ Перші дозволяють по даному слову визначити, входить воно в мову чи ні, а другі ставлять правила, за допомогою яких можна побудувати будь-яке слово мови.

Якщо вказано вірну відповідь, то перехід на наступний крок. Інакше – відображається помилка: «Помилка! Правильна відповідь – перший варіант».

Крок 3. Користувачу відображається умова: «Формальна породжувальна граматика *G* (далі – граматика *G)* – це формальна система, задана четвіркою об’єктів $G = (V, T, S, P)$. Встановіть відповідність.» та наводяться варіанти:

✓ *V*;
✓ *T*;
✓ *S*;
✓ *P*.

1) початковий символ ($S \in V$);

2) підмножина *V,* елементи якої називають термінальними (основними) символами;

3) скінченна множина продукцій (або правил перетворення) вигляду $\xi \to \eta,$ де ξ та η – ланцюжки над алфавітом *V;*

4) скінченна непорожня множина, яку називають алфавітом (або словником).

Якщо встановлено вірну відповідність, то перехід на наступний крок. Інакше – відображається помилка: «Помилка! Правильна відповідь –

V – скінченна непорожня множина, яку називають алфавітом (або словником);

T – її підмножина, елементи якої називають термінальними (основними) символами;

S – початковий символ ($S \in V$);

P – скінченна множина продукцій (або правил перетворення) вигляду $\xi \to \eta,$ де ξ та η – ланцюжки над алфавітом *V*.».

Завершивши всі тести, виводиться відповідне повідомлення: «Вітаємо! Ви пройшли всі тести з теми «Формальні граматики», Ваша оцінка:», вказується один із варіантів в залежності від кількості допущених помилок:

- ✓ Відмінно;
- ✓ Дуже добре;
- ✓ Добре;
- ✓ Задовільно;
- ✓ Незадовільно.

Практичні завдання формуються на основі наступних:

Завдання 1.

Дано дві множини $A = \{а, б, в, ..., я\}$, $B = \{0, 1, ..., 9\}$. Задайте наступні мови регулярними виразами (використовуючи регулярні операції над виразами):

1. Мова, що містить слова з 5 букв.
2. Мова, що включає всі слова з цифр і букв.
3. Мова усіх слів з однієї або декількох букв.
4. Мова усіх слів з цифр.
5. Мова слів з букви і цифри, що починаються з цифри.
6. Мова слів, що починаються з цифри.

Завдання 2.

Нехай задано мови $L_1 = \{a, ab\}$, $L_2 = \{a, x, y\}$, $L_3 = \{\varepsilon, b\}$. Записати результат операцій над мовами $L_1 \cup L_2$, $L_1 L_2$, $L_1 L_3$, L_3^*.

Після виконання завдань також виводиться повідомлення «Вітаємо! Ви пройшли всі завдання з теми «Формальні граматики», Ваша оцінка:». Критерії оцінювання аналогічні попереднім.

Висновки. В статті викладено результати розробки та програмування тренажера з теми «Формальні граматики» для дистанційного навчального курсу «Теорія програмування». Було розроблено алгоритм роботи тренажеру та реалізовано його програмну реалізацію. Цей тренажер може бути використаний в дистанційному курсі, що розробляється на кафедрі ММСІ ПУЕТ.

Список використаних джерел

1. Андреев А. А. Дистанционное обучение: сущность, технология, организация / А. А. Андреев, В. И. Солдаткин. – Москва : Изд-во МЭСИ, 2000. – 350 с.
2. Вільне програмне забезпечення в освіті [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://edufoss.blogspot.com/search/label.
3. Смирнова-Трибульска Є. М. Дистанційне навчання з використанням системи MOODLE : навч.-метод. посіб. / Є. М. Смирнова-Трибульска. – Херсон : Айлант, 2007. – 465 с.
4. Черненко О. О. Електронний навч.-метод. посіб. для самостійного вивчення навчальної дисципліни «Теорія програмування» для студентів напряму 6.040302 «Інформатика».

УДК 004.4’2

ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДЛЯ ТРЕНАЖЕРА З ТЕМИ «АЛГОРИТМІЧНО НЕРОЗВ’ЯЗНІ ПРОБЛЕМИ» ДИСТАНЦІЙНОГО НАВЧАЛЬНОГО КУРСУ «ТЕОРІЯ ПРОГРАМУВАННЯ»

О. А. Товстоножко, *магістр спеціальності 122 Комп’ютерні науки освітня програма «Комп’ютерні науки»*
О. О. Черненко, *к. ф.-м. н., доцент – науковий керівник*

Ключові слова: тренажер, алгоритмічно нерозв’язні проблеми, дистанційний курс, теорія програмування.

Постановка проблеми. За час свого існування людство придумало безліч алгоритмів для вирішення різноманітних практичних і наукових проблем. Поставимо запитання: а чи існують такі проблеми, для яких неможливо придумати алгоритми їх вирішення?

Основним завданням роботи є розробка тренажеру з теми «Алгоритмічно нерозв'язні проблеми» дистанційного навчального курсу «Теорія програмування».

Основні завдання роботи:

– описати постановку задачі;

– описати огляд робіт, аналогічних вибраній темі;

– навести основні поняття з теми для використання в тренажері;

– розробити алгоритм роботи тренажеру та скласти його блок-схему;

– описати мову програмування та технології, що були використані при розробці програми;

– описати процес реалізації основних етапів створення тренажеру;

– перевірити роботу тренажеру з наведенням прикладів;

– описати необхідну користувачу інструкцію.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Твердження про існування алгоритмічно нерозв'язних проблем є дуже переконливим, адже – ми констатуємо, що ми не знаємо відповідного алгоритму, не тільки зараз а й ми не можемо принципово ніколи його знайти. Виявляється, що існують такі класи задач, для розв'язання яких немає і не може бути єдиного універсального прийому. Проблеми розв'язання такого роду задач називають алгоритмічно нерозв'язними проблемами. Однак алгоритмічна нерозв'язність проблеми розв'язання задач того чи іншого класу зовсім не означає неможливість розв'язання будь-якої конкретної задачі з цього класу. Мова йде про неможливість вирішення всіх завдань даного класу одним і тим самим прийомом. *Алгоритмічна нерозв'язність* – найважливіша властивість деяких класів коректно поставлених завдань, що допускають застосування алгоритмів, яка полягає в тому, що задача кожного з цих класів у принципі не має загального, універсального алгоритму розв'язання, що об'єднує цей клас [1].

Першою фундаментальною теоретичною роботою, пов'язаною з доказом алгоритмічної нерозв'язності, була робота Курта Геделя – його відома теорема про неповноту символічних логік.

Зусиллями різних дослідників список алгоритмічно нерозв'язних проблем був значно розширений. Сьогодні прийнято при доказі алгоритмічної нерозв'язності деякої задачі зводити її до класичної задачі – «задачі зупину» [2].

Алгоритмічна нерозв'язність не є проблемою теорії алгоритмів або невдачею, вона є науковим фактом. Популярність досліджень алгоритмічної нерозв'язності не поступається будь-яким іншим дослідженням у теорії алгоритмів і потребує іноді значних зусиль. Наприклад, доведення алгоритмічної нерозв'язності 10-ї проблеми Гільберта, одержане Ю. В. Матіясевичем, відносять до видатних наукових досягнень XX століття [3].

Формулювання мети. Метою статті є ознайомлення з тренажером з теми «Алгоритмічно нерозв'язні проблеми» дистанційного навчального курсу «Теорія програмування» та процесом його розробки.

Виклад основного матеріалу дослідження. Існування алгоритмічно нерозв'язних проблем випливає вже з теореми Геделя про неповноту формальних систем. Справа у тому, що існує тісний зв'язок між алгоритмами і вирахуваннями. Власне кажучи, і алгоритми, і вирахування – це сукупності чітких, однозначно заданих скінченних інструкцій, що описують якісь дії із символічними об'єктами. Однак у випадку алгоритму ці інструкції мають характер розпоряджень, що задають однозначний порядок виконання операцій над символічними об'єктами, тоді як у випадку вирахувань – інструкції не визначать черговості їх виконання [4].

Прикладом алгоритмічної нерозв'язності може бути нерозв'язність «проблеми зупинки». «Проблема зупинки» – це проблема пошуку універсальної програми, що дозволяє за записом довільної програми (наприклад, функціональної таблиці машини Тюрінга), а також за записом довільних вхідних даних установити, чи зупиниться обчислювальний пристрій, що діє відповідно до даної програми і обробляє вхідні дані, або ж він буде працювати нескінченно довго.

Проблеми, що стосуються абстрактних машин:

- ✓ Проблема зупинки.
- ✓ Проблема самозастосування.
- ✓ Busy beaver.
- ✓ Будь-яка проблема, сформульована в теоремі Райса.
- ✓ Визначити, чи досягне коли-небудь задана вихідна конфігурація в грі «Життя» заданої кінцевої конфігурації.

Проблеми, що стосуються матриць:

- ✓ Проблема вмираючої матриці: для даної кінцевої множини квадратних матриць $n \times n$ визначити, чи існує добуток всіх або

деяких з цих матриць (можливо, з повтореннями) в якому-небудь порядку, що дає нульову матрицю. Проблема нерозв'язна навіть для $n = 3$ (можливість розв'язання для $n = 2$ є відкритим питанням).

✓ Проблема одиничної матриці: для даної кінцевої множини квадратних матриць n×n визначити, чи існує добуток всіх або деяких з цих матриць (можливо, з повтореннями) в якому-небудь порядку, що дає одиничну матрицю. проблема нерозв'язна для цілочисельних матриць починаючи з $n = 4$ та розв'язна для $n = 2$ (можливість розв'язання для $n = 3$ є відкритим питанням). Проблема еквівалентна питанню, чи є матрична півгрупа групою.

✓ Проблема вільності матричної напівгрупи алгоритмічно нерозв'язна для цілочисельних матриць починаючи з $n = 3$ і відкрита для $n = 2$.

Інші проблеми:

✓ Задача розв'язності.

✓ Виводимість формули в арифметиці Пеано.

✓ Проблема збіжності Поста.

✓ Обчислення колмогорівської складності довільного рядка.

✓ Ідеальний архіватор, що створює для будь-якого вхідного файлу програму найменшого можливого розміру, що друкує цей файл.

✓ Ідеальний оптимізувальний за розміром компілятор.

✓ Десята проблема Гільберта.

✓ Визначити, чи можна замостити площину даними набором плиток Ванга.

✓ Визначити, чи можна замостити площину даними набором поліміно.

✓ Проблема уніфікації другого і вищого порядків.

✓ Проблема виводу типів в моделі Хіндлі – Мілнера з rank-N поліморфізмом.

Приклад 1. *Розподіл дев'яток у запису числа π.*

Визначимо функцію $f(n) = i$, де n – кількість дев'яток поспіль у десятковому записі числа π, a_i – номер найлівішої дев'ятки з n дев'яток поспіль: $\pi = 3{,}141592\ldots f(1) = 5$.

Завдання полягає в обчисленні функції $f(n)$ для довільно заданого n.

Оскільки число π є ірраціональним і трансцендентним, то ми не знаємо жодної інформації про розподіл дев'яток (так само як і будь-яких інших цифр) у десятковому записі числа. Обчислення $f(n)$ пов'язане з обчисленням наступних цифр у розкладанні, доти, поки ми не виявимо n дев'яток поспіль, однак у нас немає загального методу обчислення $f(n)$, тому для деяких n обчислення можуть тривати нескінченно – ми навіть не знаємо в принципі (за природою числа π), чи існує розв'язок для всіх n.

Приклад 2. *Десята проблема Гільберта.*

Вона полягає у знаходженні універсального методу цілочислового розв'язання довільного алгебраїчного діофантового рівняння. Доведення алгоритмічної нерозв'язності цієї задачі зайняло близько двадцяти років і було завершене Ю. В. Матіясевичем у 1970 році.

Формально мова йде про цілочислове розв'язання рівнянь вигляду $P(x_1, x_2, \ldots, x_n) = 0$, де P – многочлен із цілими коефіцієнтами й цілими показниками степенів. Доведено, що такого алгоритму не існує, тобто відсутній загальний метод визначення цілих коренів цього рівняння.

Висновки. В статті викладено результати огляду матеріалу з теми «Алгоритмічно нерозв'язні проблеми» та його використання при створенні тренажеру. Тренажер може бути використаний для навчання студентів в дистанційному курсі «Теорія програмування».

Список використаних джерел

1. Панішев А. В. Вступ до теорії складності дискретних задач : монографія / А. В. Панішев. – Ж. : ЖДТУ, 2004. – 236 с.
2. Горлова Т. М. Теорія алгоритмів [Електронний ресурс] : конспект лекцій для студентів напряму підготовки 6.050101 «Комп'ютерні науки» денної та заочної форм навчання / Т. М. Горлова, К. Є. Бобрівник, Н. В. Ліманська. – Київ : НУХТ, 2015. – 95 с.
3. Бондаренко М. Ф. Комп'ютерна дискретна математика : підручник / М. Ф. Бондаренко, Н. В. Білоус, А. Г. Руткас. – Харків : Компанія СМІТ, 2004. – 480 с.
4. Черненко О. О. Електронний навч.-метод. посіб. для самостійного вивчення навчальної дисципліни «Теорія програмування» для студентів напряму 6.040302 «Інформатика».

ІНФОРМАЦІЙНА, БІБЛІОТЕЧНА ТА АРХІВНА СПРАВА

Освітня програма «Документознавство та інформаційна діяльність»

УДК 347.451.2

ОРГАНІЗАЦІЯ ГОСПОДАРСЬКО-ДОГОВІРНОЇ ДОКУМЕНТАЦІЇ ЯК НЕОБХІДНА УМОВА ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА

І. Ю. Божченко, *магістр спеціальності 029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа освітня програма «Документознавство та інформаційна діяльність»*
Л. М. Колєчкіна, *д. ф.-м. н., професор – науковий керівник*

Анотація. Стаття призначена огляду організації господарсько-договірної документації, розкрито суть договорів як необхідної умови ефективного функціонування підприємства. Проаналізовано головну роль господарсько-договірної документації. Вивчено структуру та основні напрямки організації, діяльності системи господарсько-договірної документації підприємства. Проаналізовано основні системи документації, порядок руху документів в організації, інформаційні технології обробки документів та автоматизації документообігу.

Ключові слова: господарсько-договірна документація, підприємство, документ, договір.

Annotation. The article is intended to review the organization of economic and contractual documentation, reveals the essence of contracts as a necessary condition for the effective functioning of the enterprise. The main role of economic and contractual documentation is analyzed. The structure and main directions of the organization, activity of the system of economic and contractual documentation of the enterprise are studied. The basic systems of documentation, the order of movement of documents in the organization, information technologies of processing of documents and automation of document circulation are analyzed.

Keywords: economic and contractual documentation, enterprise, document, contract.

Постановка проблеми. Сучасні тенденції розвитку документів господарської діяльності ґрунтується на договірних зобов'я-

заннях передбачає в умовах цих договорів шляхи розв'язання певних суперечок, пов'язаних чи з термінами виконання робіт чи з постачання продукції, чи з порушенням розрахункових відносин тощо. Одним із найважливіших завдань ефективного функціонування підприємства є організація господарсько-договірної діяльності. Ця діяльність спрямована на врегулювання відносин між підприємствами, організаціями та установами.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Теоретичні та практичні аспекти господарсько-договірної діяльності Г. Швецова-Водка, Н. Ларьков, І. Белоусова, І. Матяш, Н. Кушнаренко, М. Слободяник, С. Кулешова.

Формулювання мети. Метою статті є дослідження господарсько-договірної документації як необхідної умови ефективного функціонування підприємства, шляхи удосконалення господарсько-договірної документації.

Виклад основного матеріалу дослідження. Підприємство – самостійний суб'єкт господарювання, створений компетентним органом державної влади або органом місцевого самоврядування, або іншими суб'єктами для задоволення суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково-дослідної, торговельної, іншої господарської діяльності в порядку, передбаченому цим Кодексом та іншими законами [4].

Договір – це вольовий акт, який виражає в єдиному волевиявленні загальну волю суб'єктів договору, спрямовану на досягнення певних цивільно-правових наслідків. По суті, договір у цивільних правовідносинах є згодою сторін на встановлення, зміну або припинення цивільних правовідносин. Характерною рисою договору є передусім свобода, яка передбачає, що сторони договору вільні у вирішенні питання, укладати чи не укладати їм договір.

Під господарсько-договірною діяльністю розуміється діяльність суб'єктів господарювання у сфері суспільного виробництва, спрямована на виготовлення та реалізацію продукції, виконання робіт чи надання послуг вартісного характеру, що мають цінову визначеність. Господарська діяльність передбачає відносини підприємства з іншими підприємствами. Ці відносини ґрунтуються на договірних засадах.

Зміст договору – це сукупність умов (пунктів), визначених на розсуд сторін і погоджених ними, та умов, які є обов'язковими

відповідно до актів цивільного законодавства. Сторони також мають право укласти договір, в якому містяться елементи різних договорів (змішаний договір). До відносин сторін у змішаному договорі застосовуються у відповідних частинах положення актів цивільного законодавства про договори, елементи яких містяться у змішаному договорі, якщо інше не встановлено договором або не випливає із суті змішаного договору [3]. Дуже важливим є визначення умов договору.

Існують різні класифікації договорів, проте найпоширеніші такі (рис. 1).

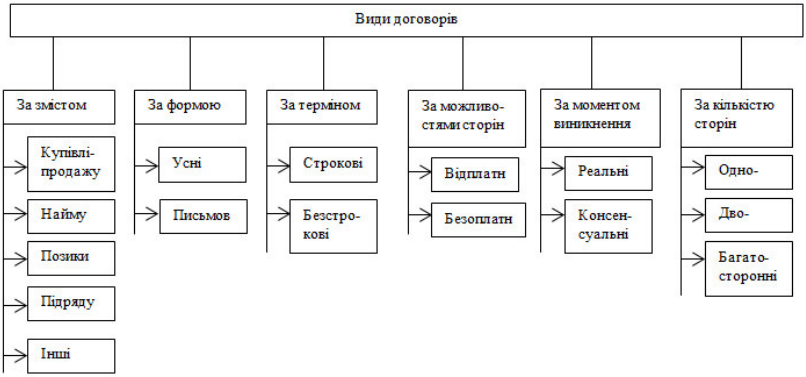


Рисунок 1 – Види договорів, складено автором на основі [2]

Відповідно до юридичної спрямованості договори можна поділити на основні і попередні. Основний договір безпосередньо породжує права і обов'язки сторін з приводу переміщення матеріальних благ, виконання робіт тощо. Попередній договір – це угода сторін про укладення основного договору в майбутньому на певних умовах.

Найбільш вагомою є класифікація договорів за змістом діяльності, яку вони регулюють. Відповідно до даного критерію розрізняють 2 основних типи договорів – майнові й організаційні. До майнових відносяться договори, спрямовані на регулювання діяльності осіб з приводу певного майнового блага, їх відмітною рисою є спрямованість на одержання майна або блага, яке досягається виконанням зобов'язання. Майнові договори, в свою чергу, поділяються на договори, спрямовані на передачу

майна; договори, спрямовані на виконання робіт; і договори, спрямовані на здійснення послуг.

Специфіка організаційних договорів полягає в тому, що вони призначені створювати передумови для наступної підприємницької чи іншої діяльності. До організаційних договорів належать, наприклад, установчі договори по створенню господарських товариств.

За наявністю зустрічного виконання договори поділяються на оплатні і безоплатні. Оплатним вважається договір, у якому дія однієї особи обов'язково вимагає від іншої особи дати певну майнову відповідь.

У безоплатних договорах дія однієї сторони не вимагає взаємного задоволення. Безоплатним визнається договір, за яким одна сторона зобов'язана надати щось іншій стороні без одержання від неї плати або іншого зустрічного надання. Оплатність або безоплатність договорів встановлюється законом, прикладом чого є договір дарування, а в окремих, вказаних в законі випадках може визначатися за згодою сторін. Таким може бути договір доручення, за яким оплата повіреному винагороди відбувається лише тоді, якщо це передбачено договором.

За необхідністю укладення договору передачі майна в натурі договори поділяються на реальні та консенсуальні.

Реальним називається договір, який вважається укладеним не з моменту досягнення згоди сторін, а з моменту здійснення певної дії щодо передачі майна.

Договори поділяються також на односторонні й двосторонні. Цей поділ засновується на тому, одностороннє чи двостороннє зобов'язання виникає в результаті укладеного договору.

Односторонній договір – це якщо одна сторона бере на себе обов'язок перед другою стороною вчинити певні дії або утриматися від них, а друга сторона наділяється лише правом вимоги, без виникнення зустрічного обов'язку щодо першої сторонни [2].

Двосторонній договір – це якщо правами та обов'язками наділені обидві сторони договору [2]. Прикладами двосторонніх договорів є купівля-продаж, підряд. Взаємні зобов'язання згідно з двостороннім договором повинні виконуватися одночасно, якщо інше не випливає із закону або договору.

Існує ще один вид договору – так званий публічний договір. Публічним є договір, в якому одна сторона – підприємець взяла

на себе обов'язок здійснювати продаж товарів, виконання робіт або надання послуг кожному, хто до неї звернеться (роздрібна торгівля, перевезення транспортом загального користування, послуги зв'язку, медичне, готельне, банківське обслуговування тощо) [1].

Висновки. Господарсько-договірна діяльність – це діяльність, яка охоплює питання про взаємні відносини підприємств, організацій, установ. Ці відносини ґрунтуються на договірних засадах. Договір – це документ, що фіксує взаємні зобов'язання про права і обов'язки між державними, двома чи кількома державними, кооперативними чи громадськими організаціями, установами, підприємствами та окремими особами. Цей документ вважаються дійсним, якщо сторони досягли взаємної згоди з усіх пунктів і належно його оформили.

Список використаних джерел

1. Про публічний договір [Електронний ресурс] / Цивільний кодекс України Ст. 633 ЦКУ від 16.01.2003 № 435-IV. – Режим доступу: https://kodeksy.com.ua/tsivil_nij_kodeks_ukraini/statja-633.htm (дата звернення: 10.10.2020). – Назва екрана.
2. Про поняття та види договору [Електронний ресурс] / Цивільний кодекс України Ст. 626 ЦКУ від 16.01.2003 № 435-IV. – Режим доступу: https://kodeksy.com.ua/dictionary/o/odnostoronnij_dogovir.htm (дата звернення: 10.10.2020).–Назва екрана.
3. Про зміст договору [Електронний ресурс] / Цивільний кодекс України Ст. 628 ЦКУ від 16.01.2003 № 435-IV. – Режим доступу: https://kodeksy.com.ua/tsivil_nij_kodeks_ukraini/statja-628.htm (дата звернення: 10.10.2020). – Назва екрана.
4. Підприємство [Електронний ресурс] / Господарський кодекс України Ст. 62 ГКУ від 16.01.2003 № 436-IV. – Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text (дата звернення: 10.10.2020). – Назва екрана.

УДК 004:378

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАВЧАЛЬНО-НАУКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

О. А. Двірна, *магістр спеціальності 029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа освітня програма «Документознавство та інформаційна діяльність»*
Л. М. Колєчкіна, *д. ф.-м. н., професор – науковий керівник*

Анотація. Розглянуто деякі аспекти інформаційного забезпечення навчально-наукової діяльності закладів вищої освіти.

Ключові слова: інформаційне забезпечення, інформація, автоматизована система управління, принципи розробки інформаційного забезпечення.

Abstract. Some aspects of information support of educational and scientific activity of higher education institutions are considered.

Keywords: information support, information, automated control system, principles of information support development.

Постановка проблеми. Діяльність закладів вищої освіти передбачає використання інформаційного забезпечення для організації різних процесів, що стосуються і студентів, і науково-педагогічних працівників. Якість цього ресурсу прямо пропорційно впливає на якість освітніх послуг, що надаються вишем. У час невпинного розвитку технологій виникає питання постійного моніторингу стану інформаційного забезпечення для його своєчасної актуалізації.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Питання інформаційного забезпечення вищих навчальних закладів відображено у працях багатьох вчених, зокрема Л. І. Антошкіна, Т. М. Боголіб, Н. І. Верхоглядова, Т. Є. Оболенська, В. Л. Плескач, проте в умовах постійного розвитку економіки знань воно потребує постійного дослідження та вдосконалення. Теоретичні та організаційні аспекти застосування інформаційних технологій в освіті розкрито у працях В. Ю. Бикова, Н. В. Морзе, В. Д. Руденка, а методологічні основи побудови і функціонування інформаційних систем у закладах освіти досліджуються І. С. Вовчак, В. В. Гуменюк, Л. М. Калініною й іншими.

Формулювання мети. Метою статті є дослідження теоретичних аспектів інформаційного забезпечення діяльності закладів вищої освіти.

Виклад основного матеріалу дослідження. Термін «інформаційне забезпечення» відповідно до сфери дослідження трактують як створення інформаційних умов функціонування системи, забезпечення необхідною інформацією, включення в систему засобів пошуку, отримання, зберігання, накопичення, передавання, обробки інформації, організація банків даних; забезпечення фактичними даними управлінських структур; використання даних для автоматизованих систем управління; використання інформації для забезпечення діяльності різних споживачів [2]. Багатозначність дефініції залежить від сфери застосування та наукових підходів, що використовують учені до

її формулювання. У відповідності до цього визначаються також види інформації, інформаційних ресурсів та процесів.

Розглянемо поняття «інформаційне забезпечення», визначивши предметною областю галузь вищої освіти. Воно тісно пов'язане з процесом інформатизації ВНЗ, що проводилась у таких напрямах: розроблення й реалізація науково-технічної політики ВНЗ у сфері інформатизації; проєктування й поетапне створення інформаційної інфраструктури ВНЗ; формування й розвиток компонентів автоматизованої системи управління (АСУ) ВНЗ, підсистем управління якістю підготовки фахівців і навчальним процесом, систем інформаційної підтримки освіти; створення, підтримка й розвиток корпоративної або локальної мережі ВНЗ; забезпечення якісного доступу до кластерів знань та мережі Інтернет зі всіх робочих станцій корпоративної мережі [1].

АСУ закладу є основою інформаційного забезпечення діяльності закладу вищої освіти і логічно відображає його функціонально-організаційну структуру. Зазвичай функціонують два рівні організації інформаційних процесів у ВНЗ: навчальний процес та економічна діяльність ВНЗ у цілому.

Для розроблення та обґрунтування складових інформаційного забезпечення керуються принципами, що подані на рис. 1.

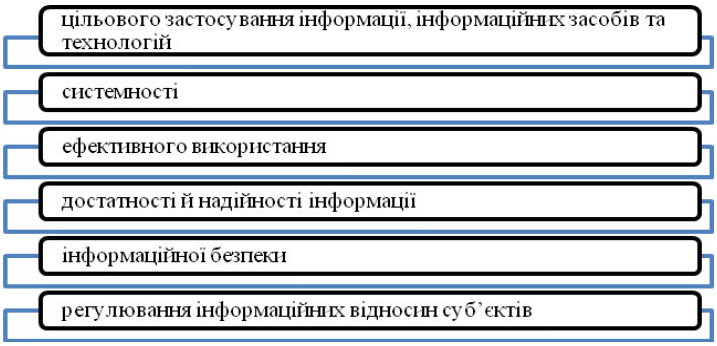


Рисунок 1 – Принципи розроблення інформаційного забезпечення, складено автором за [1]

Ефективність інформатизації навчального закладу залежить від наукового обґрунтування цього процесу. Узагальнюючи погляди науковців на інформатизацію ВНЗ, можна стверджувати, що більшість з них приділяють увагу функції під-

тримки управлінських рішень. Інформаційні технології дають можливість підвищити ефективність усіх складових процесу розробки та реалізації управлінського рішення. Однак базовою для всіх інших функцій інформатизації навчального закладу є функція отримання, фіксації, зберігання та перетворення інформації [4].

Важливою умовою ефективності інформаційного забезпечення є наявність кваліфікованого персоналу. В Україні створюються умови для здобуття професійної освіти в галузі інформаційної діяльності через систему навчальних закладів відповідного напряму (журналістики, статистики, бібліотечної та архівної справи, науково-інформаційної діяльності, інформатики, обчислювальної техніки тощо). Принципи їхньої діяльності регламентуються Законом України «Про освіту» та іншими законодавчими актами [3].

Однією з важливих ланок інформаційного забезпечення науково-навчальної діяльності є університетська бібліотека. Інформаційне забезпечення викладачів та науковців здійснюється за традиційними схемами вибіркового розповсюдження інформації та диференційованого обслуговування керівників. Бібліотеки ВНЗ ведуть активну роботу з інформаційного забезпечення: керівного складу університету (ректор, проректори, директор, декани, завідувачі кафедрами, які поєднують навчальну роботу з науковою); професорсько-викладацького складу, аспірантів й студентів, що навчаються й займаються науковою діяльністю.

Серед важливих компонентів інформаційного забезпечення навчальної діяльності є розроблення програмного забезпечення. Види програм, які використовують у вищих навчальних закладах подані на рис. 2.

Рисунок 2 – Види програмного забезпечення навчальної діяльності ВНЗ, складено автором за [4]

Нові технології в інформаційно-бібліографічному обслуговуванні бібліотеки забезпечують [4]: створення бази даних на допомогу навчальному та науковому процесам інституту; створення бази даних праць науковців, викладачів інституту на основі бібліографічних покажчиків.

Висновки. Інформаційне забезпечення навчально-наукової діяльності закладів вищої освіти є багатогранним поняттям, що потребує постійного моніторингу та актуалізації.

Список використаних джерел

1. Виноградня В. Напрями розвитку системи інформаційного забезпечення управління ВНЗ. Рідна школа. 2010. № 12. С. 36–40.
2. Гораш К. В. Складові інформаційного забезпечення науково-дослідницької діяльності студентів вищих навчальних закладів. [Електронний ресурс]. URL: https://www.narodnaosvita.kiev.ua/?page_id=2179 (дата звернення: 10.09.2020).
3. Клясен Н. Л., Литвиненко Г. М. Інформаційне забезпечення навчально-виховного процесу мережею спеціальних бібліотек України. Scientific Journal «ScienceRise». 2014. № 5/1(5). С. 61–65.
4. Литвинчук І. А. Інформаційне забезпечення управлінської діяльності керівника закладу освіти. Теорія та методика управління освітою [Електронний ресурс]. URL: http://tme.umo.edu.ua/docs/2/09 litshm.pdf (дата звернення: 06.09.2020).
5. Поліщук О. Б. День кафедри: інформаційне забезпечення навчального процесу (з досвіду роботи наукової бібліотеки Криворізького педагогічного інституту ДВНЗ «Криворізький національний університет») : матеріали шостої міжнар. наук.-практ. конференції, 10–11 вересня 2015 року. Львів. С. 217–221.

УДК 640.412(477.83):005.591.6

ПРАКТИКА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПІДТРИМКИ КЛІЄНТІВ СЕРВІСНОГО ПІДПРИЄМСТВА

М. В. Макарова, *магістр спеціальності 029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа освітня програма «Документознавство та інформаційна діяльність»*
Л. М. Колєчкіна, *д. ф.-м. н., професорка – науковий керівник*

Анотація. Проблеми інформаційної підтримки клієнтів сервісних підприємств в умовах формування глобальної і локальних інформаційних інфраструктур, загального інформаційного простору набувають першочергового значення. Особ-

ливо ці проблеми загострилися під час карантинних заходів останнього року, коли значна кількість співробітників, студентів та учнів виконують свою роботу або навчаються дистанційно. Вирішення таких проблем передбачають регламентацію й упорядкування процесів документування та організації документообігу на сервісних підприємствах.

Стаття присвячена узагальненню теоретичних засад і опрацюванню прикладних питань, пов'язаних з вирішенням проблем інформаційної підтримки клієнтів сервісного підприємства у сенсі впровадження певної практики роботи з клієнтською базою на комерційному підприємстві.

Ключові слова: інформаційна підтримка клієнтів, клієнтська база, CRM-система.

Summary. Under circumstances of formation of global and local information infrastructures, general information space the problems of information support of clients of service enterprises become of paramount importance. These problems have been particularly acute during last year's quarantine activities, when a significant number of staff, students and pupils do their work or study remotely. The solution of such problems involves regulation and streamlining of documentation processes, organization of document flow in service enterprises.

The article is devoted to generalization of theoretical principles and elaboration of applied issues related to the solution of problems of information support of clients of the service enterprise in the sense of introduction of certain practice of work with client base at commercial enterprise.

Keywords: information support of clients, client base, CRM-system.

Постановка проблеми. Вирішення проблем інформаційної підтримки клієнтів сервісних підприємств безпосередньо пов'язано з розвитком документо-інформаційного забезпечення (ДІЗ) функціонування сервісного комерційного підприємства в цілому та його окремих бізнес-процесів. Управлінські рішення щодо обслуговування клієнтської бази такого підприємства передбачають застосування інформаційних технологій і систем для комплексності й підтримки в актуальному стані документно-інформаційного відображення бізнес-процесів, їхнього аналізу і прогнозування. Ці питання не є достатньо дослідженими у сучасній науковій літературі, тому узагальнення позитивної

практики інформаційної підтримки клієнтів сервісного підприємства та всебічного забезпечення цього процесу на сервісному підприємстві, його різноманітних засобів й обумовило актуальність теми дослідження.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Проблеми інформаційної підтримки клієнтів сервісних підприємств розглядалися у науковій літературі переважно у зв'язку з поняттям документно-інформаційного забезпечення діяльності підприємства та управління ним. ДІЗ підприємства останнім часом будується на основі засобів комп'ютерної техніки й інформаційних технологій створення, збору, обробки, накопичення, зберігання, пошуку і використання інформації в управлінській діяльності. Серед наукових досліджень і публікацій щодо ДІЗ підприємства можна навести праці Г. Г. Асєєва, В. В. Бездрабко, Н. В. Гончарова, С. В. Дубова, О. В. Матвієнко, Л. І. Скібіцької, М. С. Слободяника, М. Г. Твердохліба, М. Н. Цивіна тощо.

Формулювання мети. Основною метою статті є висвітлення теоретичних основ і опрацювання практичних питань, пов'язаних з виявленням і вирішенням проблем інформаційної підтримки клієнтів сервісного комерційного підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Підтримка клієнтів сервісних підприємств при розвитку інформаційних інфраструктур, глобального інформаційного простору набувають важливого значення. Особливо вона стала актуальною під час карантинів останнього року, коли велика кількість співробітників, студентів та учнів виконують свою роботу або навчаються дистанційно. Вирішення проблем такої підтримки передбачає регламентацію й упорядкування процесів документування, організації документообігу на сервісних підприємствах.

Інформаційний менеджмент нині базується на випереджальному розвитку засобів управління інформаційними ресурсами сервісного комерційного підприємства, виважених методичних підходах до їх документування, аналізу, зберігання, накопичення, пошуку і обміну.

Документо-інформаційне забезпечення управління на основі традиційних методів складання, опрацювання, зберігання і пошуку великих обсягів документації характеризується підвищеною трудомісткістю. Така робота з документами забирає значну частину робочого часу спеціалістів та керівників, яким необ-

хідні зазвичай певні відомості з документів, а не вони самі цілком [1].

На відміну від цього інформаційні технології документування звільняють людей від рутинних операцій, зменшують обсяг хибних управлінських рішень, стимулюють творчу діяльність людини [2].

Застосування новітніх технологій як базису документо-інформаційного забезпечення відкриває можливість управління якістю обслуговування, що включає власне контроль якості продукції, різні схеми гарантійного і постгарантійного обслуговування протягом всього її життєвого циклу, внесення змін в конструкцію продукту чи сутність послуги на основі побажань споживача на підставі концепції CRM (англ. Customer relationship management – управління відносинами з клієнтами).

Нині, щоб витримати конкурентну боротьбу, сервісне підприємство вимушене не тільки залучати нових клієнтів, а й не втрачати вже існуючих. Впровадження інновацій на кшталт програмних продуктів типу CRM важливо для формування ефективних клієнтських відносин, що забезпечують прикінцеву прибутковість сервісних підприємств, дозволяючи підприємствам оптимізувати процес взаємодії з клієнтами, створити ефективний механізм управління маркетингом, продажами і сервісом.

CRM надають можливість максимального використання всіх джерел даних про наявних і потенційних клієнтів, збираючи, обробляючи та ефективно використовуючи інформацію про клієнтів і для клієнтів.

Зазвичай одночасно з CRM-системою на підприємстві або впроваджена окрема ERP-система, або CRM-модуль входить до складу існуючої ERP II-системи. Тоді таке програмне забезпечення дозволяє автоматизувати бізнес-процеси, пов’язані саме з маркетингом, продажами та обслуговуванням клієнтів. Результат його функціонування – розробка персоніфікованої пропозиції певному клієнту, що надається йому в сприятливий для угоди час та найзручнішим для нього каналом комунікації. CRM-система забезпечує координацію дій різних підрозділів підприємства на основі загальної інформаційної платформи для взаємодії з клієнтами. Такі застосування дозволяє уникнути ситуації, коли відділи маркетингу, продажів та обслуговування комерційного підприємства діють відокремлено один від одного

[3]. Таким чином, CRM-системи спрямовані на створення великої бази лояльних клієнтів, яка є для сервісного підприємства довгостроковою конкурентною перевагою.

Сучасні IT-рішення в цій галузі дозволяють підприємствам збирати повну історію взаємин із клієнтами і мати актуальну інформацію про процес продажів, про рішення сервісних проблем замовника, про ефективність маркетингових заходів. Наявність такої інформації може принести велику користь у визначенні стану підприємства на ринку і стратегій його розвитку. Невикористання ж аналітичних методів позбавляє сервісні підприємства багатьох можливостей отримання прибутку.

Висновки. Таким чином, нині суттєвого значення набуває узагальнення теоретичних засад та опрацювання практики вирішення проблем комерційного сервісного підприємства у контексті впровадження ДІЗ забезпечення роботи з клієнтською базою.

Сьогодні документо-інформаційне забезпечення є підгрунттям інформаційної діяльності сервісного комерційного підприємства. Наявність різноманітних різновидів інформації, великий спектр її джерел на підприємстві потребує застосування новітніх технологій його інформаційної діяльності. За допомогою таких технологій здійснюють автоматизацію рутинних операцій управління, підготовку аналітичної інформації для прийняття управлінських рішень, а також забезпечують нові види інформаційного обслуговування. Однією з найкращих технологій є застосування програмного забезпечення CRM-систем, що збирають потрібну інформацію під час спілкування клієнта з компанією через Інтернет. Також інформація збирається за допомогою телефонних центрів і дистриб'юторів. З усіх цих джерел інформація надходить в один центр, де і відбувається її обробка і систематизація. Система управління взаємовідносинами з клієнтами спрямована на те, щоб допомогти компанії дізнатися і зрозуміти своїх клієнтів. Для досягнення такої мети необхідно зафіксувати весь спектр інформації про клієнтів під час регулярної роботи з ними. Залежно від специфіки діяльності сервісного підприємства зазвичай потрібні такі дані: прізвища, імена, дати народження, адреси проживання, місця роботи, телефонні номери, адреси електронної пошти, дані про склад сім'ї, захоплення, придбані послуги товари, участь у рекламних акціях тощо. Однак на отримання і внесення такого обсягу

інформації в базу даних необхідна велика кількість часу і сил. Для цього в багатьох CRM-системах підтримується функція систематизації даних за різними категоріями, які встановлює оператор.

Впровадження CRM-систем означає комплексний перехід сервісного підприємства на нову політику розвитку, орієнтовану на клієнтів. Отже, впровадження CRM-системи є одним із пріоритетних напрямів розвитку будь-якого підприємства, оскільки здатне забезпечити підвищення якості обслуговування клієнтів, зменшити трудовитрати на їх супроводження й звільнити співробітників від рутинної роботи. CRM-система дозволяє автоматизувати процес спілкування з клієнтом і методи обробки його звернень, що позитивно відображається на реалізації клієнтоорієнтованої стратегії сервісного підприємства та сприяє росту її прибутків.

Список використаних джерел

1. Асєєв Г. Г. Методологія автоматизації діловодства: документи. Вісник Книжкової палати. 2014. № 11. С. 23–26.
2. Твердохліб М. Г. Інформаційне забезпечення менеджменту. Київ, 2010. 208 с.
3. Матвієнко О. В. Основи інформаційного менеджменту. Київ, 2013. С. 120–124.

УДК 021.001.76(06)

ІННОВАЦІЇ В ДІЯЛЬНОСТІ БІБЛІОТЕЧНИХ УСТАНОВ

Т. В. Оніпко, *магістр спеціальності 029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа освітня програма «Документознавство та інформаційна діяльність»*
Л. М. Колєчкіна, *д. ф.-м. н., професор – науковий керівник*

Анотація. У статті проаналізовано інновації в діяльності бібліотечних установ світу. Зроблено висновок про те, що нині світове бібліотечне співтовариство активно шукає нові ідеї, форми і методи діяльності, впроваджує інновації з тим, щоб бути затребуваним населенням.

Ключові слова: бібліотечна установа, інновації, мобільність, бібліотечні послуги, інформація, веб-сайт, комунікація.

Abstract. Innovations in the activity of library institutions of the world are analyzed. It is concluded that today the world library

community is actively looking for new ideas, forms and methods of activity, introduces innovations in order to be in demand by the population.

Keywords: library, innovation, mobility, library services, information, website, communication.

Постановка проблеми. В умовах глобалізації інформаційного простору провідною тенденцією є поступальний розвиток і впровадження бібліотечних інформаційних технологій, створення комп'ютерних бібліотечно-інформаційних мереж, активне використання Інтернету та інших каналів комунікацій. У Законі України «Про інформацію» [1] інформаційну продукцію визначено як матеріалізований результат інформаційної діяльності, призначений для задоволення потреб суб'єктів інформаційних відносин, якими, згідно з цим же законом, є фізичні та юридичні особи, об'єднання громадян, суб'єкти владних повноважень.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Значний внесок у дослідження методологічних основ бібліотечної справи здійснили В. Бондаренко, М. Васильченко, О. Воскобойнікова-Гузєва, В. Горовий, Т. Гранчак, І. Давидова, Н. Кушнаренко, В. Пальчук, О. Постельжук, Г. Швецова-Водка, Л. Чуприна.

Проблема трансформації бібліотечних установ в глобальному інформаційному суспільстві досліджувалася В. Жуковою та О. Каращук. Н. Громницька вивчала сучасні методи та форми бібліотечного обслуговування користувачів, а Л. Коновал – веб-технології в бібліотечній діяльності. Значну увагу дослідженню питань, пов'язаних із впровадженням інновацій у бібліотечних установах, приділяли Н. Кунанець, А. Ржеуський, В. Медведєва, А. Пелещишин. Закордонний досвід інноваційної діяльності бібліотечних установ досліджували І. Антоненко, О. Баркова, Т. Вилегжаніна, М. Дворкіна, Т. Добко, Г. Ковальчук, Ю. Столяров, Н. Стронська, А. Чачко.

Однак донині є потреба у глибшому аналізі закордонного та вітчизняного досвіду використання інновацій у бібліотечних установах.

Формулювання мети. Метою статті є дослідження досвіду впровадження інновацій у діяльність бібліотечних установ світу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Важливе місце серед сучасних бібліотечних технологій посідають мобільні бібліотечні послуги. Мобільні бібліотечні послуги – це послуги, які доступні користувачам бібліотек у будь-який час, у будь-

якому місці з мобільних пристроїв і мобільного Інтернету. Усе більше бібліотечних установ пропонують свої веб-сайти в мобільній версії. Вона зручно відкривається з різних мобільних пристроїв, володіє легким для сприйняття контентом. Оскільки миша і клавіатура замінені сенсорним екраном, версією зручно користуватися за допомогою дотиків.

Однією з найбільш затребуваних мобільних послуг є доступ користувача до свого облікового запису (читацький акаунт) і пошук у каталозі в інтерактивному режимі (Online Public Access Catalogue або OPAC) – можливість шукати, замовляти, резервувати, продовжувати термін користування виданнями, а також відправляти записи на мобільний пристрій або електронною поштою. Популярність цієї послуги сприяла появі нового терміна – MOPAC або Mobile OPAC.

На мобільній версії сайту зазвичай доступна інформація про години роботи бібліотеки, телефон, адреса електронної пошти, Skype, дорожна карта з найкоротшим шляхом до бібліотеки, профілі Twitter, Flickr, YouTube, Facebook. Так, наприклад, мобільна версія веб-сайту публічної бібліотеки федерального округу Колумбія (The District of Columbia Public Library) забезпечує читачеві доступ до акаунту, дає можливість користуватися каталогом, переглядати зображення обкладинки обраної книги і прочитати анотацію до неї, замовити книгу в найближчому філіалі, отримати його адресу, фото, контактну інформацію, а також список найбільш популярних книг.

У бібліотеках світу доступні такі мобільні інформаційні продукти: колекції (електронні книги, аудіокниги, записи музики, фільми, фотографії тощо); бази даних, адаптовані до використання з мобільних пристроїв; мобільні довідники; бібліотечні новини, календар бібліотечних заходів; найбільш поширені запитання (FAQ); бібліотеки текстових повідомлень (Short Message Service, SMS), різні види повідомлень за допомогою SMS-повідомлень (нагадування про термін повернення книг тощо); списки нових надходжень літератури; мобільна віртуальна екскурсія бібліотекою; інформація про доступність комп’ютерів та бібліотечних приміщень для дискусій; можливість створити свою особисту книжкову полицю; інформаційний бюлетень бібліотеки; можливість підписатися на бібліотечний RSS (за допомогою RSS дається короткий опис нової інформації, що з’явилася на сайті, і посилання на її повну версію).

Таким чином, розробка і впровадження мобільних додатків у бібліотечну діяльність дає гарну можливість популяризувати накопичену бібліотечною установою культурну спадщину. З їх допомогою можна розширити доступ як до друкованих, так і цифрових бібліотечних фондів, унікальних матеріалів і краєзнавчих колекцій, інтегрувати бібліотечні ресурси в сучасне інформаційне середовище.

Інноваційними вважаємо так звані «відкриті бібліотеки» Данії. Такими нині є 180 з 450 датських бібліотек. Модель «відкритої бібліотеки» – це найбільш успішне нововведення бібліотечних установ Данії за останні роки. Поява «відкритої бібліотеки» в цій країні датується 2004 р., коли в подібну перетворили публічну бібліотеку м. Сількеборг (Ютландія). У години, коли робочий день співробітників уже закінчився, читачі можуть самі відкрити двері в бібліотеку. Увійти в будівлю можна за допомогою читацького квитка, медичної карти, яку має кожен датчанин, або спеціальної картки з вбудованим чипом для верифікації користувача. Порядок і безпеку в бібліотеках забезпечує система відео спостереження. Така бібліотека самообслуговування може працювати в режимі 24/7, тобто безперервно [2]. Читач «відкритої бібліотеки» може використовувати автомат самообслуговування з видачі та повернення книг, читати, працювати за комп'ютером, ксерокопіювати, слухати музику. Модель «відкритої бібліотеки» завоювала популярність не лише в Данії, але також в інших європейських країнах, зокрема Швеції, Норвегії та Ірландії.

Бібліотечною інновацією також можна вважати Британський Whichbook. Це веб-сервіс, який допомагає читачам вибрати книги за різними емоційними й іншими важливими для них критеріями (щасливий-нещасливий, веселий-серйозний, звичайний-незвичайний), за описом головного героя (походження, вік, стать тощо), сюжетом чи місцем дії. Автоматизована система Whichbook створює мільйони комбінацій цих факторів, а потім рекомендує книги, які найближче відповідають потребам конкретного читача. Додатково пропонуються тематичні списки літератури. Можна вести пошук за автором, назвою книги, надається також можливість пошуку книг, схожих на раніше прочитані. Даються гіперпосилання на каталоги публічних бібліотек, щоб можна було швидко і зручно замовити бажаний твір, вказується сайт книжкового інтернет-магазину Amazon, де

це видання можна придбати (Whichbook отримує невеликий відсоток від суми покупки). На сайті також ведеться блог, присвячений книгам [3].

У бібліотечних установах США заклик «Zinio – подорожуй з 5 000 журналів в кишені!» став дуже популярним, з тих пір як восени 2011 р. з'явився найбільший в світі портал цифрових версій періодичних видань Zinio. Завдяки співпраці з більш, ніж 1 тис. 500 видавництвами Zinio пропонує доступ до 6 тис. назв журналів з 200 країн на 33 мовах зі стаціонарних комп'ютерів і різних типів мобільних пристроїв (iPhone, iPad, Kindle Fire/Fire HD, Blackberry, Playbook, Nook та ін.). Спеціально для бібліотек розроблена програма Zinio for libraries. Бібліотеки самостійно вибирають із загального списку ті журнали, які вони хотіли б включити до свого каталогу. Зазвичай це буває 200–350 назв. Комплектування журналів здійснюється з різних підстав: одні бібліотеки вибирають популярні видання (Cosmopolitan, Good Housekeeping, Rolling Stone, Men's Health), інші керуються конкретними запитами своїх читачів, треті вибирають те, що відсутнє в їх фонді в друкованому вигляді. Будь-який користувач бібліотеки може завантажити до свого мобільного пристрою безкоштовний додаток Zinio, створити обліковий запис, вибрати і завантажити журнали, а потім читати їх онлайн або в автономному режимі [4].

Заслуговує уваги електронний гід Сан-Хосе міської публічної бібліотеки в м. Сан-Хосе – столиці республіки Коста-Ріки. Щоб познайомити жителів країни і туристів з історичними та архітектурними пам'ятками, міська публічна бібліотека створила мобільний додаток – безкоштовний інтерактивний або електронний гід Сан-Хосе для мобільних пристроїв. У маршрути трьох історичних екскурсій електронного гіда включена інформація про 31 об'єкт огляду, в тому числі їх зображення із зібрань бібліотеки. Тим самим бібліотечна установа популяризує свої унікальні історичні колекції і робить їх загальнодоступними. У розробці мобільного додатку використовувалася програма Google Maps, інформація системи глобального позиціонування (GPS) і Geotag. Девіз бібліотекарів звучить так: «Ми для Вас, де б Ви не були, хоч би який пристрій не використали» [5].

Прикладом позитивного досвіду впровадження інновацій у бібліотечних установах України є діяльність підрозділів Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського (НБУВ).

Повнотекстові версії інформаційно-аналітичних продуктів представлені на сайті НБУВ, а їх друковані примірники також адресно надаються відповідним замовникам.

Паралельно зі створенням і підтримкою функціонування веб-сайтів бібліотечні установи України спрямовують зусилля і на охоплення веб-середовища соціальних мереж. Найбільш пристосованою для просування бібліотеки більшість працівників вітчизняних бібліотечних установ вважають мережу Facebook. Водночас багато бібліотек представлені одразу в кількох соціальних мережах. Зокрема, НБУВ забезпечує інтернет-комунікацію зі своїми читачами через мережі Facebook та Twitter. На веб-сайті НБУВ створено посилання, за допомогою якого можна перейти на сторінку бібліотеки в мережі Facebook [6]. Аналогічно можливість переходу з веб-сайту на власні сторінки в соціальних мережах надають усі національні бібліотеки України, про що говорить аналіз їхніх веб-сайтів.

Отже, веб-сайти та сторінки в соціальних мережах – це інноваційні інтерактивні бібліотечні інформаційні продукти.

Висновки. Проаналізувавши досвід впровадження інновацій у закордонних та вітчизняних бібліотечних установах, можна зробити висновок про те, що нині світове бібліотечне співтовариство активно шукає нові ідеї, форми і методи діяльності, впроваджує інновації з тим, щоб бути затребуваним сучасним споживачем інформації.

Список використаних джерел

1. Про інформацію [Електронний ресурс] : Закон України № 2657-XII від 2 жовтня 1992 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text.
2. Larsen D. Open libraries in Denmark [Електронний ресурс]. URL: http://slq.nu/?article=volume-46-no-3-2013-5.
3. Whichbook is a unique site for choosing what to read [Електронний ресурс]. URL: http://www.openingthebook.com/whichbook/about/
4. Getting Started with Zinio [Електронний ресурс]. URL: http://www.phoenixpubliclibrary.org/browse/eLibrary/Pages/Getting-Started-with-Zinio.aspx.
5. San, José Public Library [Електронний ресурс]. URL: http://www.scanjose.org/
6. Тарасенко Н. Інноваційні аспекти бібліотечно-інформаційного виробництва [Електронний ресурс]. URL: http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=1044:innovatsijni-aspekti-bibliotechno-informatsijnogo-virobnitstva&catid=81&Itemid=415.

УДК 681.518:658

СИСТЕМА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВЗАЄМОДІЇ З КЛІЄНТАМИ (CRM) НА ПІДПРИЄМСТВІ

Т. Г. Сімак, *магістр спеціальності 029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа освітня програма «Документознавство та інформаційна діяльність»*
Т. В. Оніпко, *д. і. н., професор – науковий керівник*

Анотація. Нині для підприємства є дуже важливим спілкування з клієнтом. Без зворотного зв'язку від споживача підприємство не знає над чим треба працювати та не отримує оцінки своїх старань. Тому кожне підприємство намагається максимально підтримувати та підвищувати якість обслуговування та спілкування з абонентами задля конкурентоспроможності та вищої позиції на ринку послуг.

Ключові слова: спілкування, клієнт, інформація, взаємовідносини.

Abstract. Nowadays, communication with the client is very important for the company. Without feedback from the consumer, the company does not know what to work on and does not receive an assessment of its efforts. Therefore, each company maximally supports and improves the quality of service and communication with subscribers for competitiveness and a higher position in the consumer market.

Keywords: communication, client, information, relationships.

Постановка проблеми. Сучасні високі вимоги до якості обслуговування та підлаштування під кожного споживача обумовлюють необхідність від підприємства у застосуванні безлічі ресурсів, технологій та спеціалістів.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Способи взаємодії з клієнтами на підприємстві досліджували такі науковці як А. Демидов, Н. Іванечко, С. Ковальчук, Л. Ліщинська, О. Марданов, М. Матвіїв, Є. Мирошникова, А. Палевич, Є. Попов, О. Пташенко, Є. Савельєв, С. Туркін, С. Чеботар, О. Шарапа та інші.

Формування мети. Метою даної статті є визначення ролі інформаційних взаємовідносин з клієнтами на підприємстві.

Виклад основного матеріалу дослідження. Клієнт – це головний аспект роботи підприємств. Заради споживача кожне підприємство намагається працювати на кращих умовах та

задовольнити потреби якнайкраще. Кожне підприємство хоче мати високий рейтинг в своїй сфері, але не кожен знає як його отримати. В сучасному світі кожен потребує максимального комфорту. Саме споживач оцінює підприємство чи його послугу, саме він визначає рейтинг.

Підприємство – це самостійний суб'єкт господарювання, зареєстрований компетентним органом державної влади або органом місцевого самоврядування для задоволення суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково-дослідної, торговельної, іншої господарської діяльності в порядку, передбаченому Господарським кодексом України та іншими законами. Головне завдання підприємства полягає в задоволенні потреб ринку в його продукції або послугах з метою одержання прибутку. Відтак кожне підприємство працює на клієнта.

Для отримання високого рейтингу в суспільстві та на ринку підприємство повинне задовольняти потреби кожного. Задоволення потреб клієнта полягає як у використанні продукції, так і у відношенні працівників до споживача.

Наприклад, маленька пекарня, яка відкрита нещодавно, ще не користується великим попитом. Звичайно, їй треба зацікавити покупця та переконати його в тому, що саме хліб даного підприємства є найсмачнішим. Тоді в магазині працює один пекар та продавець. Заходить клієнт (один із перших) та приємно дивується гарною атмосферою приміщення та ароматом свіжого хліба. Також його приваблює гармонійне оформлення стелажів та апетитний вигляд. Клієнт задоволений продукцією, він розуміє, що буде купувати хліб саме тут, та готовий надати найвищу оцінку. Але продавець замість ввічливості починає байдуже відповідати на запитання клієнта, при цьому навіть не відриваючись від телефону. У результаті при проханні оцінити пекарню клієнт ставить невисоку оцінку.

Сенс розповіді полягає в тому, що на оцінку впливають декілька факторів. І лише при гармонійній співпраці як клієнт, так і підприємець будуть задоволені. У цьому разі клієнта вразила атмосфера і продукт, але ставлення продавця не відповідало очікуванням, тож оцінку знижено через нечемність.

Тепер розглянемо дану ситуацію з погляду керівника. Підприємець намагається все якнайкраще оформити, іноді працює безпосередньо з клієнтами та з працівниками, але не

розуміє, чому його пекарню оцінюють у 5–6 балів із 10 можливих. Оскільки працівники не завжди говорять правду для збереження роботи, керівник не знає про неввічливість або інші проблеми. Саме для перевірки та отримання достовірної інформації безпосередньо від споживача використовують систему опитування та систему взаємодії з клієнтами.

Головним мотивом впровадження CRM-технологій залишається потреба в розширенні бази клієнтів, проведенні маркетингових досліджень та контролі за професійними якостями власних співробітників.

Для того, щоб реалізація CRM-проєкту відбулася успішно, передусім необхідно, щоб всі співробітники компанії зрозуміли новий підхід до організації взаємин з клієнтами та усвідомили особисту роль в загальному прагненні до пошуку потенційних клієнтів, підтримці взаємовигідних відносин з ними.

Управління відносинами з клієнтами (англ. *Customer relationship management* (CRM) – поняття, що охоплює концепції, котрі використовуються компаніями для управління взаємовідносинами зі споживачами, включаючи збір, зберігання й аналіз інформації про споживачів, постачальників, партнерів та інформації про взаємовідносини з ними [1]. Ця система дає можливість керівнику розуміти проблеми його підприємства та виправляти їх задля досягнення цілей, пов'язаних з рейтингом.

Існує три CRM-підходи, кожен з яких може бути реалізованим окремо від інших:

– *оперативний* – автоматизація споживчих бізнес-процесів, що допомагає персоналу з роботи з клієнтами виконувати свої функції;

– *співробітницький* – програма взаємодіє зі споживачами без участі персоналу з роботи з клієнтами;

– *аналітичний* – аналіз інформації про споживачів із різноманітними цілями [2].

Дана система дає багато можливостей для отримання та надання інформації. Можливості CRM-системи:

– швидкий доступ до актуальної інформації про клієнтів;

– оперативність обслуговування клієнтів та проведення операцій;

– формалізація схем взаємодії з клієнтами, автоматизація документообігу;

– швидке отримання всіх необхідних звітних даних та аналітичної інформації;

– зниження операційних витрат менеджерів;

– контроль за роботою менеджерів;

– узгоджена взаємодія між співробітниками і підрозділами;

– управління бізнес-процесами (дозволяє автоматизувати послідовні операції, які виконуються співробітниками організації);

– управління контактами, історія взаємодії з клієнтами – це єдина база даних всіх контрагентів компанії (клієнтів, постачальників, конкурентів) з внесенною раніше докладною інформацією про них, про їх співробітників тощо. Система дозволяє здійснювати швидкий пошук важливої інформації про контрагентів, отримувати всю історію зустрічей, переговорів, листування, угод та інше. Це дуже зручний інструмент для швидкої і якісної роботи з величезнимимасивами інформації про клієнтів. Система автоматично нагадує про необхідність зробити дзвінок, про заплановані зустрічі та інші заходи;

– планування та управління продажами – CPM дозволяє складати плани за різними показниками (дохід з продажу по менеджерам, відділам, продуктам тощо). По історії проєктів можна відбудувати воронку продажів, що дозволяє визначати проблемні зони в циклах продажів. Планування і контроль виконання плану по факту. Є можливість ведення різних прайс-листів (оптових, дрібнооптових, роздрібних), враховувати акційні пропозиції, знижки від обсягу покупки. Вся робота з клієнтом відбувається в одній системі: планування заходів, здійснення угод, підготовка і виписка необхідних звітних документів;

– планування та управління закупівлями і доставками – в системі менеджери завжди можуть бачити наявність і кількість товарів на складі. Відповідальні співробітники можуть стежити за виконанням плану закупівель;

– управління маркетингом – дозволяє управляти маркетинговими заходами і визначати їх результативність.

– можливість сегментації наявних в базі клієнтів (діючих і потенційних) за певними параметрами для проведення маркетингових заходів;

– автоматизація документообігу – в систему можна ввести шаблони будь-яких документів, які використовуються в орга-

нізації, при цьому зникає необхідність ручного складання нового документа при виникненні події. Швидке автоматичне заповнення шаблонів договорів, які зберігаються в системі. Автоматичне виставлення рахунків і контроль оплати по них через сумісність з Клієнт-банком;

– можливість роботи через мережу;
– імпорт контрагентів з інших баз.

Маркетологи нині активно впроваджують концепцію соціально-етичного маркетингу. Суть її полягає в тому, що спочатку компанія визначає проблеми, вимоги та інтереси цільових ринків,потім забезпечує клієнтам найвищу споживчу цінність шляхами, які підтримують чи навіть поліпшують добробут клієнта і суспільства. Автори вказаної концепції ставлять запитання: «Чи можливо вважати традиційну теорію маркетингу достатньою в часи екологічних проблем, виснаження природних ресурсів, швидкого зростання чисельності населення та демографічних проблем, глобальних економічних проблем і низького рівня розвитку соціальних служб?» Звичайно, відповідь буде однозначною: «Ні» [4].

Лише завдяки системі управління відносин з клієнтами підприємство зможе досягти своєї цілі в рейтингу, промоніторивши відгуки споживачів.

Висновки. Отже, управління відносинами з клієнтами є невід'ємною частиною роботи підприємства. Завдяки його можливостям та системі система інформаційної взаємодії з клієнтами (CRM) підприємство може підвищити якість своєї роботи, послуги тощо. CRM виконує безліч функцій, які забезпечують повноцінний взаємозв'язок з клієнтом та допомагає налагодити деякі аспекти в роботі підприємства. Дана програма може використовуватись як система зберігання даних. Формалізація схем взаємодії з клієнтами, автоматизація документообігу, швидке отримання всіх необхідних звітних даних та аналітичної інформації, зниження операційних витрат менеджерів, контроль за роботою менеджерів, узгоджена взаємодія між співробітниками і підрозділами, управління бізнес-процесами – все дозволяє автоматизувати послідовні операції, які виконуються співробітниками підприємства тощо.

Список використаних джерел

1. Customer relationship management (CRM) [Електронний ресурс]. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A3%D0%BF%D1%80%D0

%B0%D0%B2%D0%BB%D1%96%D0%BD%D0%BD%D1%8F_%D0%B2%D1%96%D0%B4%D0%BD%D0%BE%D1%81%D0%B8%D0%BD%D0%B0%D0%BC%D0%B8_%D0%B7_%D0%BA%D0%BB%D1%96%D1%94%D0%BD%D1%82%D0%B0%D0%BC%D0%B8.
2. Шарапа О. М. Управління відносинами з клієнтами через впровадження CRM-систем як складова ефективного ведення бізнесу [Електронний ресурс]. URL: http://base.dnsgb.com.ua/files/journal/Aktualni-problemy-ekonomiky/Akt-prob-ekonomiky-2009-7/Akt-prob-ekonomiky-2009-7_175-183.
3. Впровадження CRM-системи: роль CRM-технологій у підвищенні ефективності бізнесу [Електронний ресурс]. URL: https://tqm.com.ua/ua/likbez/crm-systemy/rol-vprovadzhennia-crm.
4. Ліщинська Л. Б. Основні аспекти автоматизації роботи з клієнтами засобами CRM-систем. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2015_5%281%29__44.

ФІЛОЛОГІЯ

Освітня програма «Германські мови та література (переклад включно), перша – англійська»

УДК 81’255.4:811.111

ПЕРЕКЛАДАЦЬКІ ОСОБЛИВОСТІ ВІДТВОРЕННЯ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ СУЧАСНИХ ТЕКСТІВ АМЕРИКАНСЬКОЇ РЕКЛАМИ

Е. В. Даровський, *магістр спеціальності 035 Філологія освітня програма «Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська»*
В. В. Стеценко, *к. е. н., доцент – науковий керівник*

Анотація. У статті висвітлено результати дослідження способів перекладу сучасних рекламних текстів з англійської мови на українську.

Доведено, що реклама в усьому світі на сучасному етапі стала особливим складником світогляду суспільства. Для досягнення адекватності при відтворенні англомовних рекламних текстів іншими мовами необхідно використовувати комплексні перекладацькі трансформації. Головне завдання перекладача – відшукати правильні комбінації трансформацій для правильного відображення навколишньої дійсності. Особливої уваги заслуговує маніпулятивний вплив рекламного повідомлення, необхід-

ність відтворення якого досягається за допомогою перекладацьких стратегій.

Ключові слова: переклад, рекламний текст, слоган, композиційна будова рекламного тексту.

Abstract. The study highlights the research results of translation modern advertising texts from English into Ukrainian.

It is proved that advertising around the world at the present stage has become a special component for societal worldview. To achieve adequacy in the reproduction of English-language advertising texts in other languages, it is necessary to use comprehensive translation transformations. The main task of the translator is to find the right combinations of transformations to properly reflect the surrounding reality. The manipulative effect of the advertising message and the need to reproduce (achieved through translation strategies) should both undergo particular consideration.

Keywords: translation, advertisement text, slogan, compositional structure for advertisement text.

Постановка проблеми. Сучасний світ – це суспільство реклами. Вона є рушійною силою торгівлі. Пояснюється це потребою продавати товари як на власному, так і закордонних ринках. Нарощувати обсяги продажу зацікавлені як країни лідери світової економіки, так і країни, що розвиваються та мають власний експорт. Найбільші міжнародні компаній отримують прибутки від продажів за кордоном. Одним із ключових моментів у цих продажах є максимально швидке і ефективне зацікавлення місцевого населення до товару через якісну рекламу. Саме від добре створеної реклами залежить успіх бізнесу, тому перед перекладачами стоїть непросте завдання – відтворення рекламних текстів іншими мовами так, щоб задовольнити замовників і споживачів.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Теоретичною базою дослідження стали наукові праці з теорії та практики перекладу. Дослідженням цієї теми займалися такі вітчизняні вчені: І. Б. Штерн, С. І. Потапенко, І. А. Бехта та зарубіжні: З. Харріс, Н. Д. Арутюнова, Е. Бенвеніст, О. С. Кубрякова, О. В. Олександрова, В. Г. Бороботько, А. Деян, Є. В. Ромат, Ф. Котлер. Присутня така тематика й у наукових працях викладачів кафедри української, іноземних мов та перекладу ПУЕТ. Так, О. Ю. Тупиця досліджував проблему перекладу сучасних текстів німецької реклами, вивчаючи особливості композиційної

та комунікативної організації рекламних текстів, звернув увагу на особливості невербальних засобів тощо [2, с. 98].

Формулювання мети. Метою нашого дослідження є аналіз способів перекладу текстів рекламних повідомлень з англійської мови на українську.

Виклад основного матеріалу дослідження. Дослідники розглядають рекламний текст як складний жанр, однозначного визначення якого досі не існує. Вивчивши наявні визначення,ми відокремили певні суттєві, на нашу думку, особливості: 1) рекламний текст обов'язково звернений до реципієнта; 2) рекламний текст мусить стосуватися інтересів реципієнта, апелювати як мінімум до його споживацьких інтересів; 3) рекламний текст має на меті сприяти поширенню інформації про товари чи послуги для їхньоїреалізації; 4) рекламний текст здатен маніпулювати «думками» реципієнта.

Особливості створення рекламних текстів уже довгий час є предметом вивчення та лінгвістичного аналізу. Створення реклами давно вже вийшло на професійний рівень, спираючись на дані психолінгвістики та лінгвістичного аналізу тексту. У нашій країні при створенні слоганів, у більшості випадків, користуються перекладами вже готових іноземних реклам, хоча в деяких випадках таке «перенесення» є недоречним.

Розглянувши композиційну будову багатьох рекламних публікацій, ми помітили, що більшість текстів складено з двох (основних) частин. Перша, як правило, звернена до реципієнта (споживача, читача тощо) з метою зацікавити його. Вона торкається його особистих вражень, емоцій, досвіду та ін. Дослідники називають умовно цю першу частину стимулом-апелятивом, оскільки вона виражає загальні уявлення, начебто «суспільну думку», тобто звернена до всіх. Інколи ця перша частина схожа за своїми функціями на заголовок (аргумент). Друга частина, як правило, висновок, конкретна інформація, яка «розшифровує» початковий стимул (слоган). Її відділяють від апелятиву різними засобами (інший шрифт, окреме розташування, пробіл).

При створенні рекламного тексту в основному використовують прості слова і короткі речення, зміст яких може зрозуміти кожна людина. Також уникають уживання термінів (технічних, економічних тощо).

Слоган у рекламному повідомленні (tagline), несе велике функціональне навантаження. Він повторює головний реклам-

ний аргумент, крім того, надає рекламному тексту завершеність. Як правило, в заключному слогані звучить назва рекламованої торгової марки або продукту в поєднанні з виразом,який повинен залишитися в пам'яті реципієнта, наприклад:

Have a break…	*Є перерва…*
Have a KitKat.	*Є KitKat.*
There are some things money can't buy. For every thing else, there's MasterCard.	*Існують речі, які не можна купити. Для всього іншого є MasterCard.*

При розгляді рекламного тексту як своєрідного акту комунікації визначаємо своєрідність його складників: реципієнт, побудова речень, повідомлення інформації та реакція на неї. Завдання тексту – викликати певні зміни в поведінці реципієнта. Тому одними з основних функцій рекламного тексту, в першу чергу, є комунікативні функції: вплив і взаємодія.

Спостереження над професійно виконаними рекламними повідомленнями доводять розуміння того, що такі тексти мають свої особливості. Ці стосуються, у першу чергу, організації їх композиційної будови, коли на перший план висуваються найважливіші смислові елементи повідомлення, привертаючи увагу реципієнта. Між окремими смисловими домінантами утворюється безпосередній зв'язок, який сприяє виникненню додаткових смислів, підтексту, емоційного навантаження.

Maybe she's born with it, Maybe it's Maybelline(Можливо, вона такою народилася, а можливо, все це Maybelline) – гра слів. Поширений у нас переклад: *Всі в захваті від тебе, а ти від Maybelline.* На жаль, український переклад утратив цю гру слів.

They'd have an undivided attention morning, noon and night if they could, but sometimes they have to entertain themselves for a while. That's why Pedigreejumbone comes in. It's a tasty chew with meaty scent that they can really get the teeth into. Pedigree. We are for dogs. – Була б їх воля, вони б отримували пильну увагу вранці, вдень і ввечері. Але іноді їм доводиться розважатися самим. Pedigreejumbone не дасть їм нудьгувати. Соковита жувальна кісточка зі смаком справжнього м'яса захопить їх настільки, що час пролетить непомітно. Pedigree. Просто ми дійсно любимо собак. Pedigreejumbone – дослівно «породиста кістка»

залишилася без перекладу в українському варіанті. Але в цьому є своя перевага: по-перше, зберігається розуміння того, що продукція ця закордонна, а це є своєрідним поштовхом для нашого споживача купувати. Стереотип, що все іноземне – краще «нашого» досі живе. Все решта в перекладі – інформація, яка теж дає нам поштовх «полюбити» свого «чотирилапого друга» та придбати для нього цей продукт («рятує від нудьги, коли вас немає поряд»). Таким чином, текст маніпулює нами в сукупності екстралінгвістичних, прагматичних, соціокультурних, психологічних та інших факторів.

Отже, при перекладі рекламних текстів найчастіше ми намагаються зберегти основний задум реклами, використовуючи різні прийоми для повної передачі змісту повідомлення, враховуючи «національну» психологію.

Висновки. Ми дійшли висновку, що переклад рекламного тесту часто є умовним і контекстним. Завданням перекладача є вміння використовувати знання теоретичних основ перекладу для передачі комунікативної функції оригіналу, оскільки знання теоретичних основ перекладу і екстралінгвістичних реалій – необхідна умова адекватності перекладу, а також врахувати національну специфіку реципієнтів рекламної продукції, адже вони – споживачі, які приносять прибуток фірмі. Реклама несе маніпулятивний уплив, необхідність відтворення якого досягається за допомогою перекладацьких стратегій.

Список використаних джерел

1. Добровольська Д. М. Мовні особливості англомовних рекламних слоганів та їх відтворення українською і російською мовами. Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук. Спеціальність : 10.02.16 – перекладознавство. Одеса, 2017. 226с.
2. Тупиця О. Ю. Композиція та комунікативна організація сучасного рекламного тексту. Філологічні науки. Полтавський національний педагогічний університет імені В. Г. Короленка. Полтава, 2009. № 3. С. 98–103.
3. Особенности перевода английских рекламных текстов на русский язык [Електронний ресурс]. URL: https://www.alba-translating.ru/ru/ru/articles/2010/advertisingtranslation.html (дата покликання: 28.10.20 р.).
4. Ягодкина М. В. Перевод рекламних текстов в аспекте межкультурной коммуникации [Електронний ресурс] URL: https://cyberleninka.

ru/article/n/perevod-reklamnyh-tekstov-v-aspekte-mezhkulturnoy-kommunikatsii/viewer (дата покликання: 28.10.20 р.).

УДК 811.111:378

ОСОБЛИВОСТІ АНГЛІЙСЬКИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ ТА ОСНОВНІ СПОСОБИ ЇХ ПЕРЕКЛАДУ

І. Ф. Калашнікова, *магістр спеціальності 035 Філологія освітня програма «Германські мови та література (переклад включно), перша – англійська»*
Н. С. Сухачова, *к. філол. н., доцент – науковий керівник*

Анотація. У статті проаналізовано проблеми перекладу англійських фразеологізмів, представлено їх класифікації, описано особливості перекладу англійських фразеологізмів на українську мову. Виявлено, що відтворення фразеологізмів у перекладі здійснюється різними способами, виходячи з того, яку роль вони відіграють, та враховуючи контекст. Доведено, що вибір адекватних шляхів перекладу зумовлюється походженням, функціонуванням та структурною будовою фразеологічних одиниць, що розглядаються у нерозривній єдності з їхніми стилістичними особливостями.

Ключові слова: фразеологізм, спосіб перекладу, трансформація, ідіома, калькування.

Abstract. The article deals with the problems of translating English phraseological units, describes different eclassifications and possible ways of translation of phraseological units from English into Ukrainian. It has been found out that the reproduction of the phraseological units was carried out in different ways, depending on the role they play in the text, and taking into account the context. It has been proved that the choice of adequate ways of translation was determined by the origin, functioning and structure of phraseological units, which were considered in inseparable unity with their stylistic features.

Keywords: phraseological units, way of translation, transformation, idiom, calque.

Постановка проблеми. У процесі перекладу іншомовного тексту великі труднощі для розуміння та перекладу становлять фразеологізми, тобто словосполучення, що не виникають у процесі мовлення, а існують як стійкі мовні звороти. В них

приховано історію народу, своєрідність його культури, традицій, щоденного життя.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Проблемами перекладу фразеологічних одиниць займались багато перекладачів та лінгвістів, серед них М. П. Брандес, В. С. Виноградов, Т. С. Володіна, А. В. Кунин, В. М. Савицький, В. М. Телія. Однак, незважаючи на це, проблема перекладу фразеологізмів залишається актуальною й нині.

Формулювання мети. Розглянути особливості перекладу англійських фразеологізмів на українську мову.

Виклад основного матеріалу дослідження. Останніми десятиріччями фразеологія привертає до себе значну увагу мовознавців. Становленню фразеології як галузі лінгвістики сприяли праці таких мовознавців як М. В. Ломоносов, Ф. І. Буслаєв, О. О. Потебня, П. Ф. Фортунатов, О. О. Шахматов та інших [2, с. 21].

Фразеологізми – це усталені вирази, значення яких не відповідає сумі значень їх компонентів. Як самостійна мовна одиниця, фразеологізм характеризується відповідними диференційними ознаками. Такими ознаками для фразеологічних одиниць є: 1) фразеологічне значення; 2) компонентний склад; 3) граматичні категорії [1, с. 80]. Визначення диференційних ознак фразеологічних одиниць дає підстави встановити обсяг предмета фразеології, а також дозволяє розглядати фразеологізми як окремі самостійні одиниці мови, відмінні від слова, словосполучення та речення, однак як такі, що мають з останніми багато спільного. На думку Л. П. Сміта, експресивність, притаманна фразеологізмам, відіграє в мовленні велику роль. Англійський фразеолог стверджує, що «вони [ідіоми] виконують необхідну функцію в мові. Ця функція полягає … в тому, щоб повернути поняття від чистої абстракції до відчуттів, що їх породили, знову втілити їх в зорових образах і перш за все в динамічних відчуттях людського тіла» [3, с. 162].

Однією з основних особливостей фразеологічних одиниць, яка відрізняє їх від вільних словосполучень, є ідіоматичність. Саме через цю характеристику загальне значення фразеологізму не дорівнює сумарному значенню його компонентів, часто це значення не має нічого спільного із значеннями слів, які входять до нього, наприклад: *to show white feather – бути боягузом*. У фразеологізмах часто міститься метафоричний елемент, тому їх

не можна перекладати дослівно, оскільки дуже часто вони мають національне забарвлення, тому фразеологічні одиниці часто не мають абсолютних відповідників в іншій мові.

Три типи фразеологізмів виділив В. В. Виноградов: 1) фразеологічні зрощення або ідіоми – немотивовані одиниці, які виступають як еквіваленти слів: *to go between (бути посередником), a quiet wedding (тихе весілля), to be dead with cold (промерзнути до кісток)*; 2) фразеологічні єдності – мотивовані одиниці з єдиним цілісним значенням, яке виникає із злиття значень лексичних компонентів: *horn of plenty (повна чаша), to rise to the occasion (бути на висоті), to do somebody proud (надавати честь комусь)*; 3) фразеологічні сполучення – звороти, в яких в одного з компонентів фразеологічно пов'язане значення, яке виявляється лише у зв'язку з чітко визначеним колом понять та їх мовних значень, наприклад: *набирати страху, давитися зі сміху* [1, с. 67].

До трьох типів фразеологічних одиниць Н. М. Шанський додав ще один – фразеологічні вирази: *to share one's last shirt with somebody – поділитися останньою сорочкою; if you run after two hares, you will catch neither – якщо поженешся за двома зайцями, жодного не спіймаєш* [6, с. 143].

Отже, основними способами перекладу фразеологічних одиниць є такі: 1) передача фразеологічної одиниці еквівалентною фразеологічною одиницею: *Strike while the iron is hot. – Куй залізо, поки гаряче*; 2) переклад фразеологічним аналогом, тобто використання в українській мові фразеологічних одиниць, які мають те саме значення, але які побудовані на іншому образі. При такому перекладі слід враховувати, що український образ повинен бути нейтральним щодо національного забарвлення: *Can the leopard change his spots? – Природу не виправиш. Горбатого могила справить.* Фразеологічні еквіваленти також поділяються на дві групи: повні еквіваленти та часткові еквіваленти. Багато фразеологізмів взагалі не мають еквівалентів у інших мовах. Ми можемо перекладати такі фразеологізми за допомогою калькування або описового перекладу. При перекладі калькою (тобто спробою скопіювати англійський образ та створити свою фразеологічну одиницю) варто пам'ятати, що образ повинен бути зрозумілим, метафоричне, переносне значення повинно ви- ходити з прямого значення [3, с. 211].

Під час перекладу фразеологізмів ми також маємо враховувати контекст. З точки зору перекладу всі фразеологізми можуть бути розділені на дві групи – ті, які мають еквіваленти в мові перекладу, та ті, які еквівалентів не мають [4, с. 43]. Перші поділяються на дві групи – повні та часткові еквіваленти. Повні еквіваленти мають не тільки одне й те ж значення в обох мовах, а ще й однакову лексичну й граматичну структуру. Значення та переклад таких еквівалентів не залежить від контексту. До цієї групи зазвичай належать фразеологізми, джерелом яких є Біблія, міфи та легенди, історичні події. Лінгвісти відносять такі фразеологізми до інтернаціональних, а перекладачі – до тих, що мають зазвичай чіткий переклад. Проте кількість тих фразеологізмів, що мають повний еквівалент у мові перекладу, невелика. Часткові еквіваленти не означають недостатньої повноти в передачі значення, а лише мають певні лексичні, граматичні або лексико-граматичні відмінності. Інші, які не мають еквівалентів у мові перекладу, перекладаються за допомогою калькування, з використанням описового або контекстуального перекладу. Іноді необхідно передати значення словосполучення дослівно, і цей метод використовується в тому випадку, коли важливо розуміння тексту в цілому, а еквівалент в мові перекладу відсутній. У цьому випадку потрібно обрати один з безеквівалентних перекладів. При наявності кількох еквівалентів в мові перекладу необхідно приймати рішення, який з них краще вжити у відповідному контексті. Фразеологічні звороти можуть нести в собі національно-культурні аспекти, і найголовніше завдання в цьому випадку – зберегти національний колорит і не заміняти фразеологізмом еквівалент, який несе в собі вже зовсім інші культурні реалії. Фразеологічний зворот може мати еквівалент в мові перекладу, а контекст його вживання не дозволяє зробити таку заміну [5, с. 187]. Уживання фразеологічних сполучень – це стиль твору, а завдання перекладача – цей стиль зберегти.

Висновки. У ході дослідження присвяченого особливостям перекладу фразеологізмів та ідіом було виявлено, що без знання фразеології неможливо оцінити яскравість та виразність мови, зрозуміти жарти, гру слів, а іноді й сенс всього висловлювання.

Для досягнення максимальної адекватності при перекладі фразеологізмів з англійської мови на українську перекладач повинен вміти скористатися різними способами перекладу. Фразеологічний переклад передбачає використання в тексті

перекладу стійких одиниць різного ступеня близькості між одиницею іноземної мови та відповідною одиницею мови перекладу – від повного й абсолютного еквівалента до приблизної фразеологічної відповідності.

Список використаних джерел

1. Алехина А. И. Фразеологическая единица й слово. Минск, 1991. 250 с.
2. Алєксеева И. С. Профессиональный тренинг переводчика. Санкт-Петербург : Союз, 2001. 288 с.
3. Амосова Н. Н. Основи английской фразеологии. Л., 1989. 345 с.
4. Арнольд И. В. Лексикология современного английского языка. Москва : 1959. 178 с.
5. Арнольд И. В. Семантическая структура слова в современном английском языке и методика ее исследования (на материале имени существительного). Л. : Просвещение, 1966. 192 с.
6. Шанский Н. М. Фразеология современного русского языка. Москва : Высшая школа, 1963. 301 с.

УДК 811.111’255.4:324(73)](045)

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛОМОВНИХ ПОЛІТИЧНИХ ВИСТУПІВ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ (НА МАТЕРІАЛІ ПРОМОВ Д. ТРАМПА)

І. А. Коршунова, *магістр спеціальності 035 Філологія освітня програма «Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська»*
Т. Г. Король, *к. пед. н., доцент – науковий керівник*

Анотація. Політичний дискурс розглянуто як об’єкт перекладу. З цією метою визначено можливі види перекладу, виконання яких передбачено для таких типів текстів. Окреслено основні лексичні й синтаксичні стилістичні прийоми, використання яких забезпечують необхідний персуазивний вплив на аудиторію у текстах політичних промов та детермінують індивідуальний стиль мовця. Насамкінець, досліджено індивідуальний стиль політичних промов Д. Трампа як джерело перекладацьких труднощів, що дало змогу оптимізувати процедуру реалізації власного перекладу однієї з промов політика українською мовою.

Ключові слова: перекладацькі прийоми, політична промова, типи політичних виступів, переклад, труднощі перекладу, структурно-стилістичні особливості, лексико-граматичні особливості, Д. Трамп.

Abstract. Political discourse has been considered as the translation object. Possible types of translation and interpretation have been defined and described in terms of the rendition of the texts of the given types into the target language. Main types of lexical and syntactic stylistic devices have been singled out. They provide necessary persuasive effect and impact on the audience and determine speaker's individual style. Finally, D. Trump's individual style revealed in his political speeches has been investigated. It is treated as the source of translation difficulties. Their studies allowed to perform own translation of one of the politician's speeches into Ukrainian.

Keywords: translation techniques, political speech, types of political speeches, translation, translation difficulties, structural-stylistic features, lexical-grammatical features, D. Trump.

Постановка проблеми. Наразі роль політики і переговорного процесу дедалі більше зростає, тож і сучасні науковці все гостріше усвідомлюють той факт, що політичний дискурс є проблемою не лише політичною, а й лінгвістичною та культурною. Мова політики – це особлива знакова система, призначена для політичного діалогу. Без професійного перекладу текстів промов політиків було б неможливо зрозуміти їх точний посил та зміст. Тому сучасним перекладачам особливо важливо розвиватися у цій сфері і цікавитися політичними новинами, щоб належним чином орієнтуватися в інформаційному потоці. Адекватний і повноцінний переклад політичних промов з урахуванням лінгвокультурних особливостей мовця й потенційного адресата потребує від перекладача не лише високого рівня володіння мовою, але й ґрунтовної бази різнопланових фонових знань, та є надзвичайно затребуваним на сучасному ринку перекладацьких послуг.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Питанню дослідження політичного дискурсу, а саме його мовного складника загалом присвячено роботи таких вчених, як Р. Блакар, Т. ван Дейк, Ж. Дюбуа, В. І. Карасик, Ю. Н. Караулов, О. С. Кубрякова, Л. Лассвел, М. В. Піменова, Г. Г. Почепцов, П. Серіо, Д. Таннен, А. П. Чудінов, М. Шадсон, О. І. Шейгал та ін. Проблему лексико-стилістичних засобів, які використовуються в політичних текстах, зокрема досліджували такі вчені, як Б. М. Теплов, Т. Н. Ушакова, В. М. Русалов, А. І. Новіков, Н. Б. Міхайлова та ін. Вивченню лінгвостилістичних особливос-

тей англомовних політичних промов присвячено значну кількість праць сучасних мовознавців. Зокрема, питання просодичних характеристик політичних промов були висвітлені у працях О. М. Алексієвець, О. Г. Мусаєвої, Л. В. Постнікової, О. А. Філатовоюї та О. Л. Фрейдіної. Лексичний склад політичних промов розглядали у своїх працях О. Т. Юданова, Т. Г. Попова, Н. В. Таратинова, О. П. Малишева та ін. Отже, загальний огляд досліджень, присвячених вивченню даного питання, свідчить про недостатнє висвітлення цієї тематики у сучасній науковій літературі.

Формулювання мети. Метою даного дослідження є з'ясування особливостей перекладу та визначення найбільш доцільних способів передачі точного змісту політичних промов з англійської мови на українську мову.

Виклад основного матеріалу дослідження. Політична промова – це гострополітичний виступ, призначений для переконання аудиторії в доцільності застосування певної ідеї, вжиття заходів та дій. Політичні промови класифікують за такими критеріями: місце й привід для їх реалізації, тематичний зміст повідомлення та орієнтовна аудиторія. Розглянувши структурно-стилістичні особливості текстів політичних промов, можемо зазначити, що у загальному випадку вони складаються з трьох частин, кожна з яких покликана виконати специфічну комунікативну функцію: вступу – опанування аудиторією; основної частини – виклад повідомлення; висновку – узагальнення, підведення підсумків, заклик до дії. Особливою рисою політичного виступу є його емоційна насиченість та експресивність, які досягаються за рахунок вживання відповідних лексичних і синтаксичних стилістичних прийомів. До синтаксичних стилістичних прийомів, характерних для англомовних текстів політичних промов, зараховуємо еліпсис, називні речення, апосіопезу, асиндетон, парцеляцію, повторення, перелічення, тавтологію, полісиндетон, паралельні конструкції, інверсію, відокремлення членів речення і риторичні запитання. У свою чергу, серед лексичних стилістичних прийомів домінує вживання метофори, метонімії, синекдохи, перифразу, гіперболи, епітета.

З огляду на наявність оцінної інформації в текстах англомовних політичних промов перекладачеві доводиться також вдаватися до певних перекладацьких стратегій задля відтворення ступеня інтенсивності оцінки, а саме: інтенсифікація,

деінтенсифікація, збереження її вихідного рівня інтесивності. Вибір певної стратегії визначається середовищем функціонування оцінної лексики, тобто типом дискурсу, орієнтацією на потенційних адресатів перекладу з прогнозуванням їхньої можливої реакції, а також перекладацькими установками, які визначаються метою перекладу.

Ми проаналізували особливості перекладацької діяльності, а саме: переклад здійснюється у різних умовах; тексти, що перекладаються є різними за тематикою, стилістикою та жанровою приналежністю; переклади виконуються в усній та письмовій формах та ін. Як правило, виокремлюють такі основні види усного перекладу: синхронний, послідовний, односторонній, двосторонній. Задля адекватного перекладу змісту перекладачі використовують такі прийоми: підготовка до завдання, збалансованість реального змісту і здогадки, тренування швидкості перебігу розумових процесів, дотримання етичних аспектів роботи усного перекладача. На основі інформації, викладеної у третьому підрозділі, письмовий переклад – це переклад, що здійснюється в письмовій формі та поділяється на дві категорії: письмовий переклад письмового тексту (переклад письмового тексту, який здійснюється у письмовій формі); письмовий переклад усного тексту (переклад усного тексту, який здійснюється у письмовій формі). Науковці виокремлюють три типи перекладацьких трансформацій: граматичні (перестановки, опущення і додавання, перебудови та заміни граматичних категорій); стилістичні (експресивація, модернізація та архаїзація); лексичні (заміна і додавання, конкретизація і генералізація).

Підводячи підсумки, відзначимо, що жанр усного політичного виступу, незважаючи на його емоційну насиченість й ефект спонтанності, усе ж зазвичай має продуману синтаксичну організацію. Проаналізовані мови Д. Трампа – не виняток. Використання паралелізму і повторів створює більш чіткий ритм мови, що підсилює вплив на аудиторію. Саме ритм впливає на емоції слухачів, а також на сприйняття сенсу всього повідомлення, що вкрай важливо в політичному дискурсі. Д. Трамп є справжнім майстром публічних виступів. Еліпсис і паралелізм допомагають йому зробити мову доступною. Він використовує прості слова, неодноразово повторюючи їх у своїх висловлюваннях. Усе це сприяє посиленню емоційного впливу на аудиторію, що і є основним завданням оратора.

Висновки. Результати дослідження можуть бути корисними для розвитку теорії й практики перекладу взагалі, а особливо для виконання перекладів політичних промов різними мовами. У межах цього дослідження, було виконано переклад політичної промови американського президента Д. Трампа, яка може бути корисною для фахівців у політичній сфері, що власне й становить практичну значущість проведеного дослідження.

Список використаних джерел

1. Алексєєва І. С. Професійний тренінг перекладача : [навч. посіб. по усному і письмовому перекладу для перекладачів і викладчів] / І. С. Алєксєєва. – Санкт-Петербург : Союз, 2001. – 288 с.
2. Винокур Т. Г. Закономерности стилистического использования языковых единиц / Т. Г. Винокур. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Наука, 2009. – 240 с.
3. Єфімов Л. П. Стилістика англійської мови і дискурсивний аналіз : учбово-метод. посіб. / Л. П. Єфімов, О. А. Ясінецька. – Вінниця : Нова книга, 2004. – 240 с.
4. Прищепчук С. А. Структурно-семантические и функциональные особенности категории оценки в аспекте ее реализации при переводе политического дискурса / С. А. Прищепчук // Вестник Северо-Кавказского государственного технического ун-та : сб. науч. тр. – № 6. Гуманитарные науки. – Ставрополь : СевКавГТУ, 2008. – С. 192–196.
5. Федоров А. В. Основы общей теории перевода / А. В. Фёдоров. – Санкт-Петербург : Переводоведение, 2002. – 416 с.
6. Харламова Т. В. Политический дискурс как отражение общественных процессов / Т. В. Харламов // Романо-германская филология. – Саратов : Изд-во Саратовского университета. – Вып. 4. – 2004. – С. 240–245.

УДК 811.111’25:338.48(045)

АНГЛОМОВНИЙ РЕКЛАМНИЙ ТУРИСТИЧНИЙ ПРОСПЕКТ ЯК ОБ’ЄКТ ПЕРЕКЛАДУ

А. С. Костирко, *магістр спеціальності 035 Філологія освітня програма «Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська»*
Т. Г. Король, *к. пед. н., доцент – науковий керівник*

Анотація. Статтю присвячено проблемі дослідження особливостей перекладу англомовних туристичних рекламних текстів

українською мовою шляхом аналізу лінгвостилістичних особливостей цього типу тексту та їх перекладознавчої інтерпретації.

Ключові слова: туристичний текст, туристичний рекламний проспект, перекладацькі труднощі, перекладацькі прийоми.

Abstract. The given scientific article is devoted to the problem of the investigation of Ukrainian translation peculiarities of English tourist texts thanks to the conducted analysis of their linguistic and stylistic peculiarities with further translation studies interpretation.

Keywords: tourist text, tourist flyer, translation difficulties, translation techniques.

Постановка проблеми. Зважаючи на значний інтерес українців до закордонних поїздок, якісний переклад туристичних рекламно-інформаційних матеріалів з англійської мови на українську користується все більшим і більшим попитом. З-поміж зазначених матеріалів окреме місце посідає туристичний рекламний проспект як специфічний текст прагматичного характеру, що має значний інформаційний потенціал, а тому видається цілком перспективним об'єктом дослідження в галузі меркетингу, туризмознавства, лінгвістики й перекладознавста.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Значний внесок у дослідження теоретичних і практичних питань, пов'язаних з перекладом рекламних текстів загалом та туристичних – зокрема, здійснили В. М. Аврасін, О. В. Александрова, Л. С. Бархударов, Дж. Бернет, Р. М. Блакар, Н. А. Гурська, Т. А. Дейк, Д. К. Захарко та ін. Проте, рекламний туристичний проспект як об'єкт перекладу досі не розглядався на теоретичному й практичному рівнях.

Формулювання мети. Мета дослідження полягає у визначенні характерних особливостей виконання письмового перекладу англомовного туристичного рекламного проспекту українською мовою, які в результаті забезпечують досягнення необхідної еквівалентності та адекватності отриманого тексту перекладу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Під туристичним текстом розуміємо будь-який текст, опублікований державним чи приватним органом, котрий переслідує таку мету: надати інформацію для будь-якого туриста (мандрівника, відвідувача визначних місць) чи прорекламувати напрямок (країну, місто, готель, ресторан тощо) та спонукати гостей відвідати його. Дане визначення охоплює значний масив текстів, від брошур, вида-

них для іноземних туристів за кордоном; брошур, що можна отримати на місці призначення; промоційних, комерційних видань для туристів; туристичних путівників до меню, інформаційних брошур, опублікованих з метою ознайомлення приїжджих з історичними пам'ятками, матеріалами конференцій та знаками, позначеннями, написами для туристів, виданими органами влади. Тож недивно, що туристичні тексти залучають такі вузько спеціалізовані сфери, як архітектура, мистецтво, історія, географія, метеорологія, кулінарія, економіка, спорт, митниця, музика тощо.

Рекламні тексти загалом неодноразово вивчалися з точки зору їхніх структурних, семантичних, жанрових, стилістичних і комунікативних особливостей. Проте, досліджень, присвячених власне особливостям перекладу туристичних рекламних проспектів з англійської мови на українську, не виявлено.

Найчастіше рекламу класифікують на основі засобів її передачі, виокремлюючи: телевізійну, друковану, радіорекламу та рекламу в мережі Інтернет. Кожна з них базується на певному вербальному компоненті, який варіюється за своїми обсягами й особливостями, а також способами й каналами подачі. При цьому саме друкована реклама залишається ключовим елементом будь-якої рекламної кампанії, завдяки розгорнутості й насиченості її вербального складника, який підлягає певним трансформаціям для подальшого використання й пред'явлення за допомогою відповідних каналів. Як наслідок, з перекладознавчої точки зору саме друкована реклама становить найбільший інтерес.

Загалом, будь-який туристичний текст виконує дві функції: інформативну та спонукальну, кожна з яких проявляється в конкретному тексті тією чи іншою мірою. Дане правило діє як для тексту оригіналу, так і для тексту перекладу. Різниця тут полягає в читачеві, його досвіді та знаннях.

Туристичний рекламний проспект – це специфічний вид бандерольної друкованої реклами, що містить перелік пропонованих туристичних послуг, які супроводжуються екстралінгвістичним/ілюстративним та безпосередньо вербальним інформативним матеріалом. Відповідно основною функцією тексту туристичного рекламного проспекту є інформативна й прагматична: ознайомити потенційного споживача з пропонованою туристичною послугою та переконати його або сформувати бажання

скористатися нею. На основі низки критеріїв розрізняють певні види й типи туристичного рекламного проспекту, а також формати подання інформації в ньому. У ряді випадків текст туристичного рекламного проспекту може подаватися у формі гіпертексту. Даний вид презентації інформації широко представлений в мережі Інтернет, що демонструє дотичність друкованої та інтернет реклами.

Більшість лінгвістів розглядають туристичний рекламний проспект як текст нежорсткого типу, що поєднує риси наукового, публіцистичного, розмовного стилів і стилю реклами. Тому у цьому випадку ми маємо справу з таким лінгвістичним феноменом, як полістилізм.

У туристичному рекламному проспекті використовуються різноманітні лексичні засоби, а саме: неологізми, архаїзми, власні назви, жаргонізми, лексичні одиниці для передачі соціокультурної інформації та спеціальна лексика, які можуть становити потенційні труднощі при перекладі, тож потребують посиленої уваги.

Серед лексичних засобів виразності, типових для англомовного туристичного рекламного проспекту, чільне місце посідають епітети та метафори, перші з яких пояснюють поширене вживання різноманітних оцінних та якісних прикметників.

До граматичних засобів виразності належать риторичні запитання, різноманітні абревіатури та графічні засоби увиразнення (що, між іншим, складають шар безеквівалентних виразів при перекладі), особові займенники, спонукальні речення.

Для виконання письмового перекладу англомовного туристичного рекламного проспекту українською мовою, важливе застосування таких методів дослідження: аналітичного (вивчення та аналіз наукової і науково-методичної літератури за темою дослідження); описового (вивчення та коментування паралельних текстів українською та англійською мовами, а також україномовних перекладів англомовних текстів туристичних рекламних проспектів).

Основна проблема, з якою стикається перекладач під час роботи з текстом туристичного рекламного проспекту, полягає в тому, що він повинен вирішити два непростих завдання:

1) максимально точно передати інформацію, наведену в тексті оригіналу;

2) і зберегти при цьому його емоційне забарвлення. Здебільшого туристичні проспекти рекламують той чи інший напрямок, турфірму або оператора, тому перед перекладачем виникає ще одна перепона – перекласти текст так, щоб в кінцевому підсумку, викликати у споживача інтерес, бажання купити саме цей турпродукт, а не відштовхнути його. Інформація щодо населення, їх поведінкових моделей, переваги і різноманітні табу, прийняті в тому чи тому суспільстві, повинна передаватися з граничною точністю, щоб уникнути потенційних казусів.

Висновки. Отже, туристичний текст – це будь-який текст, опублікований державним чи приватним органом, котрий переслідує таку мету: надати інформацію для будь-якого туриста (мандрівника, відвідувача визначних місць) чи прорекламувати напрямок (країну, місто, готель, ресторан тощо) та спонукати гостей відвідати його.

Виокремлюють чотири види реклами: телевізійна, друкована, радіореклама та реклама в мережі Інтернет.

Щоб виконати письмовий перекладу англомовного туристичного рекламного проспекту українською мовою застосовують аналітичний та описовий методи дослідження.

З урахуванням основних функцій туристичного рекламного проспекту, необхідно визначити основні вимоги до його перекладу, а саме: збереження основної інформації текстового повідомлення та його емоційного забарвлення.

Список використаних джерел

1. Бенвенист Э. М. Общая лингвистика / Э. Бенвенист. – Москва : Эдиториал УРСС, 2009.
2. Бернет Дж. Реклама: принципы и практика / Дж. Бернет. – Москва : Питер, 2003.
3. Гурська Н. А. До проблематики дослідження мови англійської реклами / Н. А. Гурська. – 1984.
4. Захарко Д. К. Про переклади в області туризму [Електронний ресурс] / Д. К. Захарко. – Режим доступу: http://ozi.pp.ua/pro-pereklady-v-oblasti-turyzmu-pereklad-sajtiv-turfirm_4655/
5. Карабан В. І. Переклад з української мови на англійську мову / В. І. Карабан. – Вінниця : Нова книга, 2003.

УДК 811.111’25:811.111’37(045)

ПЕРЕКЛАД ПОРІВНЯНЬ СУЧАСНОЇ АНГЛОМОВНОЇ ПРОЗИ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

В. В. Шуть, *магістр спеціальності 035 Філологія освітня програма «Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська»*
Т. Г. Король, *к. пед. н., доцент – науковий керівник*

Анотація. Охарактеризовано мову сучасної англомовної художньої прози як особливу систему різноманітних засобів увиразнення, покликаних відтворити складну ієрархію авторських образів. Розглянуто численні стилістичні засоби, які забезпечують найважливішу ознаку художньої мови, – її образність. Визначено порівняння як специфічний експліцитний і водночас експресивний стилістичний прийом, еквівалентне та адекватне відтворення якого засобами мови перекладу ґрунтується на глибокому аналізі соціокультурного контексту й індивідуального стилю автора та вимагає застосування відповідних перекладацьких стратегій. Проаналізовано класифікацію стратегій перекладу порівнянь, запропоновану П. Періні.

Ключові слова: стилістичні засоби, переклад, порівняння, перекладацькі стратегії, перекладацькі прийоми, англомовна сучасна проза.

Abstract. The artistic language of modern English prose as a specific system of diversified stylistic devices aimed at the creation of complicated author’s image hierarchy has been described. Varied stylistic devices providing the essential feature of the fiction literature, i.e. its figurativeness, have been considered. Simile has been determined and defined as both explicit and expressive stylistic device. Its adequate and equivalent rendition with the means of the target language should be based on the deep analysis of sociocultural context and author’s individual style. In addition, it requires the application of relevant translation strategies. Simile translation strategy classification developed by P. Pierini has been analysed.

Keywords: stylistic devices, translation, simile, translation strategies, translation techniques, modern English prose.

Постановка проблеми. Сучасне суспільство намагається бути різноплановим та всебічно розвинутим, постійно дізнаватися щось нове, пізнавати світ загалом з його найрізноманітнішими культурами та традиціями. Саме тому читання худож-

ньої літератури знову стало популярним, крім того з'явилася велика кількість нових цікавих зарубіжних авторів. І саме завдяки перекладу ми маємо змогу зрозуміти автора і пережити весь той спектр емоцій, який він хотів до нас донести. Останні тенденції вітчизняної перекладацької галузі демонструють неабиякий сплеск попиту саме на художній переклад. Його успішна реалізація, у свою чергу, вимагає від перекладача неабиякого літературного хисту, здатності виокремлювати різноманітні стилістичні прийоми та ефективно відтворювати їх засобами мови перекладу.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Особливості перекладу найрізноманітніших стилістичних прийомів у різних парах мов широко досліджуються у сучасній теорії та практиці перекладу. Зокрема проблемі модифікації аналізу художніх творів свої дослідження присвячували З. Рез, Н. Корст, Н. Молдавська, В. Марацман, Т. Пахомова, А. Ситченко та ін. У свою чергу, порівняння як один із найпростіших для конструювання й сприйняття стилістичний прийом підлягав вивченню лише в окремих аспектах. У стилістиці російської мови воно активно розглядається у працях В. Виноградова, у стилістиці української мови – у публікаціях І. Білодіда, В. Ващенка, С. Єрмоленко. Крім того, Т. Король, В. Денисенко визначили домінувальні стратегії перекладу порівнянь в романі О. Вайльда «Портрет Доріана Грея» українською й російською мовами.

Проте, досліджень, присвячених вивченню специфіки перекладу порівнянь у сучасному англомовному романі українською мовою нами не виявлено взагалі.

Формулювання мети. Відповідно мета роботи полягає у теоретичному узагальненні основ перекладу порівнянь з англійської мови, зокрема визначення найбільш продуктивних стратегій їх відтворення при перекладі сучасної англомовної прози українською мовою. Реалізація поставленої мети передбачає розв'язання таких завдань: 1) уточнити дефініцію поняття «художнє порівняння»; 2) визначити перелік перекладацьких стратегій для відтворення порівнянь українською мовою.

Виклад основного матеріалу дослідження. При написанні художнього (і не тільки) твору, кожен автор, перш за все, намагається якомога точніше та чіткіше донести до читача свою думку, створити в нього певне враження й викликати відповідні емоції. У цьому авторові може допомогти різноманітний спектр

стилістичних засобів. Саме тому вони широко вживаються в художній літературі, адже покликані не лише індивідуалізувати мовлення й стиль автора, а й збагатити його емоційними нюансами, увиразнити художні образи. Різноманіття стилістичних засобів слугує якомога точнішому вираженню думки автора. Кожен з них сприяє досягненню образності та художності твору. Стилістичні прийоми, у свою чергу, скеровують рух думки, виділяючи, підкреслюючи потрібну інформацію за допомогою розташування слів у реченні, частин висловлювання в тексті, вживання нестандартних зворотів. Використання стилістичних прийомів у мовленні передбачає високий рівень лінгвістичної компетентності та мовленнєвої підготовки оратора чи письменника, а при перекладі – перекладача.

При написанні будь-якого твору автору необхідно емоційно забарвити свою працю, щоб вона стала цікавою читачеві. Передати свій настрій, переживання та враження, тому письменники мають доцільно використовувати стилістичні прийоми. Вибір теми в художньому творі тісно пов'язаний із головною ідеєю, а отже, має певне стилістичне навантаження і слугує, з одного боку, засобом впливу на читача, а з другого, – відображенням світобачення письменника. Кожний літературний напрям надає перевагу певному переліку тем, і, як наслідок, певним тематичним стилістичним засобам. Окреме місце з-поміж них належить порівнянню завдяки експліцитності форми його пред'явлення, з одного боку, та необмеженого експресивного потенціалу – з другого.

В основі порівняння лежать логічні операції виокремлення найсуттєвішої ознаки описуваного через пошук іншого об'єкта, для якого ця ознака є також притаманною або навіть ще виразнішою. Дослідження способів перекладу порівнянь з англійської мови на українську визначається вагомою роллю, яку оцінність відіграє в семантиці порівняння та сучасними вимогами до перекладів художньої прози, коли йдеться не лише про передачу змісту оригіналу, а й про оптимальне відтворення емоційно-експресивної оцінки, інформативності, образності висловлення тощо. Особливий інтерес становлять ті порівняння, більшість з яких не співпадають в різних мовах, і вимагають глибокого занурення в соціокультурний контекст, щоб зрозуміти та знайти відповідний аналог в мові перекладу.

Тож недивно, що існує чимала кількість перекладацьких стратегій, які допомагають перекладачеві донести інформацію, а читачеві її зрозуміти. Стратегія перекладу – це програма здійснення перекладацької діяльності, що формується на основі загального підходу перекладача до виконання перекладу в умовах певної комунікативної ситуації двомовної комунікації, яка визначається специфічними особливостями цієї ситуації і метою перекладу, а також визначає характер професійної поведінки перекладача в рамках певної комунікативної ситуації [1, с. 172]. На думку П. Піріні, порівняння можуть перекладатися з англійської мови з використанням таких стратегій: 1) дослівний переклад, тобто збереження та відтворення мовою перекладу того ж самого об'єкта порівняння; 2) заміна об'єкта порівняння мови оригіналу іншим об'єктом в мові перекладу з використанням різних трансформацій (узагальнення, конкретизація, синонімічна/антонімічна заміна, тощо); 3) скорочення порівняння власне до її змісту (шляхом компресії);

4) збереження того ж самого об'єкта порівняння в мові перекладу, що й мовою оригіналу, з паралельною експлікацією основи порівняння (застосовуючи додавання або навіть часом описовий переклад); 5) заміна об'єкта порівняння на зноску чи перекладацький коментар, що вважається неадекватним варіантом перекладу порівняння; 6) випущення порівняння [7, с. 31].

Висновки. Отже, порівняння – це тропеїчні фігури, в яких мовне зображення особи, предмета, явища чи дії передається через найхарактерніші ознаки, що є органічно властивими для інших. Порівняння нерозривно пов'язане з цілісною картиною світу, його аналіз дає змогу виявити місце тих чи інших об'єктів у мовній картині світу особистості. Індивідуальний досвід людини тісно пов'язаний з уявленням про «добро» і «зло», «погане» і «добре», «гарне» і «бридке», що вводить у змістову структуру компаративної конструкції такі компоненти, як оцінність, експресивність, емоційність. Вони сприяють створенню тієї частини інформації, яка відображає авторське бачення довкілля й узгоджується з індивідуальною моделлю світу письменника або журналіста. Особливий інтерес для перекладознавства становлять ті порівняння, більшість з яких не співпадають в різних мовах. Для їх адекватного відтворення засобами мови перекладу необхідно зануритися в соціокультурний контекст. Тож недивно, що існує чимала кількість перекла-

дацьких стратегій, які допомагають перекладачеві донести інформацію.

Список використаних джерел

1. Бабелюк О. А. Поетика постмодерністського художнього дискурсу: принципи текстотворення (на матеріалі сучасної американської прози малої форми) : дис. … д-ра філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови» / Оксана Андріївна Бабелюк. – Київ, 2010. – 422 с.
2. Брандес М. П. Стилистика текста : теоретический курс / Маргарита Петровна Брандес. – Москва : Инфра-М, 2004. – 416 с.
3. Вежбицкая А. Сравнение – градация – метафора / А. Вежбицкая // Теория метафоры. – Москва : Прогресс, 1990.
4. Єфімов Л. П. Стилістика англійської мови і дискурсивний аналіз / Л. П. Єфімов, О. А. Ясинецька. – Вінниця : Нова книга, 2004. – 240 с.
5. Кузнец М. Д. Стилистика английского языка / М. Д. Кузнец, Ю. М. Скребнев. – Л. : Наука, 1960. – 173 с.
6. Шаповалова Н. П. Функціонально-семантичний статус порівняльних конструкцій у сучасній українській мові : автореф. дис. … канд. філ. наук: 10.02.01. Дніпропетровськ, 1998. 16 с.
7. Шаповалова Н. П. Функціонально-семантичний статус порівняльних конструкцій у сучасній українській мові : автореф. дис. … канд. філ. наук: 10.02.01. Дніпропетровськ, 1998. 16 с.
8. Pierini P. Simile in English: from description to translation. CIRCULO de Linguistica Aplicada a la Comunicacion (clac). 2007. № 29. P. 21–43.

ЕКОНОМІКА

Освітня програма «Управління персоналом та економіка праці»

УДК 330.341

ПІДХОДИ ОЦІНЮВАННЯ ПЕРСОНАЛУ

Л. О. Товсторебра, *магістр спеціальності 051 Економіка освітня програма «Управління персоналом та економіка праці»*
Л. В. Рудич, *к. е. н., доцент – науковий керівник*

Анотація. Формування дієвих механізмів та інструментарію управління персоналом забезпечує максимізацію прибутків суб’єкта господарювання, оптимізацію напрямів діяльності та

підвищує їх безпеку при зміні зовнішніх умов. У статті розглянуті сучасні підходи системи оцінювання персоналу та запропоновано власний підхід.

Ключові слова: оцінювання персоналу, методи оцінки, атестація, кар'єрний розвиток.

Abstract. The formation of effective mechanisms and tools for personnel management ensures maximization of profits of the entity, optimization of activities and increases their safety when changing external conditions. The article considers modern approaches to the personnel evaluation system and offers its own approach.

Keywords: staff assessment, evaluation methods, certification, career development

Постановка проблеми. Будь-який суб'єкт господарювання не може очікувати на довготривалий розвиток та високі доходи без ефективного управління персоналом та організації його діяльності. Для визначення ефективності та забезпечення економічного розвитку всі процеси, явища та ресурси на підприємстві необхідно вимірювати та оцінювати. Це відноситься так само і до процесу управління персоналом. Тому виникає актуальне питання вибору оптимальних інструментів оцінювання, окреслення етапів процесу його реалізації, висвітлення потреб, заради яких реалізується процес оцінювання. Для того, щоб правильно інвестувати фінансовий капітал, необхідно мати чітке бачення про спроможність та потенціал кожного співробітника підприємства.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Досліджували проблеми пов'язані із визначенням ефективності управління персоналом, вивченню форм, методів і підходів його оцінки присвячені праці багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених, зокрема В. Р. Весніна, С. В. Шекшні, Б. М. Генкіна, В. О. Лук'янихіна, М. Ф. Головатого, В. М. Данюка, Г. А. Дмитренка, В. О. Дятлова, А. Я. Кібанова, А. М. Колота, Р. О. Толмачова, О. В. Крушельницької, М. Б. Курбатової, М. П. Лукашевича, М. І. Магури, Е. В. Маслова, Ю. Г. Одегова, В. М. Петюха, Т. В. Сівашенко, А. М. Ткаченко, В. В. Травіна, М. Р. Феонової, Ф. І. Хміль, В. Е. Хруцького та ін. Результатом їхніх досліджень була розробка різноманітних підходів, процедур і методів організації і проведення оцінки персоналу.

Формулювання мети. Мета статті полягає в аналізі та систематизації підходів оцінки персоналу, з метою дослідження

компетентності персоналу, відповідності займаних посад, реалізації розвитку управління підприємством і підвищення його конкурентоспроможності та вдосконалення системи управління підприємством.

Виклад основного матеріалу дослідження. Усе більша кількість керівників підприємств розуміє, що конкурентна перевага – це передусім перевага власного персоналу над персоналом підприємств конкурентів. Економічна наука виділяє три фактори виробництва: капітал, природні ресурси і працю [2, с. 53]. Очевидно, що однакові засоби виробництва і вихідні матеріали загальнодоступні всім учасникам ринку на орієнтовно однакових засадах. Єдиним унікальним чинником всієї системи технологічного циклу є персонал підприємства. Однак, досягнути всеосяжності, об'єктивності, систематичності та доцільності цього процесу професіоналам з управління персоналом буває вкрай тяжко. Так, С. О. Цимбалюк серед основних проблем оцінювання виділяє: погано розроблені показники, методи та процедури оцінювання, формальний підхід та нечіткі стандарти оцінювання. Не меншого значення набуває й особистісний аспект: упередженість, проекція, атрибуція, ефекти ореолу та контрасту, оцінювання з першого погляду тощо [1, с. 253–254].

Оцінка персоналу є основною процедурою при прийомі або відборі співробітників на роботу, підвищенні і внутрішніх переміщень персоналу, матеріальної і моральної мотивації та стимулювання, удосконалення структури апарату, контролю якості персоналу і застосування санкцій.

Управління персоналом як управлінський процес має циклічність, яка починається з «планування» і закінчується цей цикл аналізом і контролем. Як зазначає Г. Десслер, окремі процедури управління персоналом, що виконуються для досягнення певних цілей, утворюють цикли, з яких і складається процес управління персоналом [2, с. 213].

Під час створення системи управління персоналу виникли такі підходи до оцінювання:

– *цільовий*, представники – Ф. Беа, Е. Діхтл, М. Швайтцер – передбачає визначення ефективності управління здатністю підприємства досягати заздалегідь поставлених цілей. Характеризує як тактичні, так і стратегічні аспекти ефективності управління [1, с. 99];

– *системний*, представники – К. Петелин, В. Ульріх – критерієм ефективності управління виступає здатність підприємства до адаптації. Цей підхід зосереджує увагу на внутрішніх характеристиках підприємства й апелює швидше до засобів підтримки стосунків між учасниками організації, ніж до цілей. Внутрішній розподіл ресурсів, визначення ієрархічних залежностей, правила взаємодії учасників посідають центральне місце, а оцінка витрат відступає на задній план [6, с. 64];

– *процесний*, представник – Мінцберг – оцінка персоналу розглядається як елемент процесу, що являє собою підготовчий етап до атестації [5, с. 26];

– *ринково орієнтований вартісний*, представники – О. Лизунова, Е. Придатько, О. Давидов – дає можливість оцінити ефективність управління за критерієм ринкової вартості підприємства. Спирається на систему показників ефективності виробництва, маневреності виробництва та гнучкості стратегії. Спрямований на узгодження оперативних, тактичних і стратегічних управлінських рішень, фінансових та операційних цілей розвитку [4, с. 58–61; 3, с. 157–167].

Кожен із підходів має як переваги так і недоліки, тому ми пропонуємо універсальний підхід, який пов'язує оцінку персоналу виключно з професійним напрямком співробітника, який оцінюється, а також необхідними навичками та можливостями для її ефективного виконання; зумовлює оцінку навичок та здібностей, що необхідні для освіти, розвитку та орієнтований на результат з системою оцінки, заснованої на компетенціях.

Висновки. Таким чином за результатами дослідження підходів оцінки персоналу можна зробити висновок, що сенс оцінки персоналу стає зрозумілий переважно в контексті кадрової політики, яку реалізує організація. Для того щоб забезпечити підприємству компетентний персонал професіоналів необхідно вчасно його оцінити та зробити відповідний висновок. Неможливо здійснення функцій або напрямки роботи у відриві від всього комплексу системи управління персоналом на підприємстві. Необхідною умовою ефективної системи оцінки персоналу є комплексність.

Список використаних джерел

1. Воронкова А. Э. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия: диагностика и организация. Луганск :

Изд-во Восточно-украинского национального университета, 2000. 316 с.
2. Десслер Г. Управление персоналом. Москва : Приор, 2006. 430 с.
3. Davydov O. I. Criterion for enterprise market value maximization: feasibility of application in management. Актуальні проблеми економіки. 2015. № 12 (174).
4. Лизунова О. М., Придатько Е. М. Управління ефективністю діяльності підприємства. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки. 2017. Вип. 23-2.
5. Мінцберг Г. Злет і падіння стратегічного планування. Київ : Видавництво Олексія Капусти, 2008. 412 с.
6. Петелин К. С. К проблеме системно-процессного подходу в управлении сложными наукоемкими предприятиями. Надежность и качество сложных систем. 2013. № 2.
7. Цибалюк С. О. Технології управління персоналом : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2009. 399 с.

ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ

Освітня програма «Місцеве самоврядування»

УДК 336.14:352

ЕТАПИ БЮДЖЕТНОГО ПРОЦЕСУ НА МІСЦЕВОМУ РІВНІ

А. М. Гур'янов, *магістр спеціальності Публічне управління та адміністрування освітня програма «Місцеве самоврядування»*
В. О. Шаповалов, *к. е. н., доцент – науковий керівник*

Анотація. У статті розглянуто основи організації бюджетного процесу на місцевому рівні, перелічено основні стадії бюджетного процесу та визначено існування певних проблем на кожному етапу.

Ключові слова: бюджетний процес, місцеві бюджети, бюджетні кошти, ефективність.

Abstract. The article considers the basics of organizing the budget process at the local level, lists the main stages of the budget process and identifies the existence of certain problems at each stage.

Keywords: budget process, local budgets, budget funds, efficiency.

Постановка проблеми. Організація бюджетного процесу в Україні регламентується Бюджетним кодексом України, рішен-

нями Верховної Ради України, місцевих рад народних депутатів та їх виконавчих органів. На сьогоднішній день існує багато теоретичних напрацювань щодо розвитку бюджетного процесу в умовах соціально-економічних перетворень, що відбуваються в Україні. Для удосконалення бюджетного процесу на місцевому рівні необхідною є реалізація таких напрямів, які покращать рівень виконання місцевих бюджетів та підвищать ефективність використання їх коштів на усіх стадіях бюджетного процесу.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Особливості організації та удосконалення бюджетного процесу в Україні досліджували вчені С. І. Юрій, В. Г. Дем'янишин, О. П. Кириленко, А. І. Крисоватий, Л. В. Лисяк та ін.

Формулювання мети. Метою даного дослідження є визначення особливостей етапів бюджетного процесу на місцевому рівні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Бюджетний процес – це регламентована нормами права діяльність, пов'язана із складанням, розглядом, затвердженням бюджетів, їх виконанням і контролем за їх виконанням, розглядом звітів про виконання бюджетів, що складають бюджетну систему України. Учасниками бюджетного процесу є органи, установи та посадові особи, наділені бюджетними повноваженнями (правами та обов'язками з управління бюджетними коштами). Бюджетний процес на місцевому рівні, а саме забезпечення функціонування його основних стадій, складання, розгляду, затвердження, виконання місцевих бюджетів, звітність про їх виконання, регламентоване статтями 75–80 Бюджетного кодексу України [1].

Процес складання місцевих бюджетів передбачає: встановлення граничних обсягів загальних видатків; доведення інструкцій по формуванню бюджетних запитів; підготовку бюджетних запитів; зведення і аналіз бюджетних запитів; підготовку проєкту та відповідних документів; подання проєкту на розгляд. На першій стадії бюджетного процесу – складання проєктів місцевих бюджетів – місцеві органи виконавчої влади й органи місцевого самоврядування здійснюють аналіз бюджетних запитів, поданих головними розпорядниками коштів з точки зору відповідності його мети, пріоритетності, а також дієвості та ефективності використання бюджетних коштів.

На даному етапі за результатами аналізу керівники місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування приймають рішення про включення бюджетного запиту до проєкту місцевого бюджету перед його поданням на розгляд відповідній місцевій раді [1]. Проте під час прийняття рішення про включення бюджетного запиту до проєкту місцевого бюджету можливий вплив ряду чинників, зокрема, особистісних мотивів або політичного тиску для захисту інтересів певних сторін. Саме тому на даному етапі необхідним є обмеження ступеня свободи підчас прийняття рішень з питань бюджету.

Особливої уваги варто приділити можливостям місцевих фінансових органів й органів місцевого самоврядування щодо отримання й обробки інформації для аналізу бюджетних запитів на предмет обґрунтування рівня фінансування та можливостям робити відповідні висновки не тільки про ефективність, а й про те, чи можна застосувати інші альтернативні шляхи досягнення параметрів економічного і соціального розвитку, що будуть більш вдалими.

Отже, завданнями місцевих фінансових органів й органів місцевого самоврядування для аналізу бюджетних запитів з точки зору їх ефективності (за наявності декількох альтернативних бюджетних запитів) є:

– виявити, чи є інформація повною для прийняття рішень;

– забезпечити наявність повної інформації для прийняття рішень;

– зробити вибір оптимального рішення про включення бюджетних запитів до проєкту рішення про місцевий бюджет.

Отримані результати дозволяють обґрунтувати варіант спрямування бюджетних коштів що, безумовно, підвищить прозорість, ефективність і результативність їх використання. Обґрунтоване включення бюджетного запиту до проєкту місцевого бюджету перед поданням на розгляд виконавчим органам відповідних місцевих рад з ретельним поясненням напрямів витрат, спрямованих на регулювання соціально-економічних процесів, є запорукою прозорого, ефективного, результативного використання коштів місцевих бюджетів.

Крім того, на другій стадії бюджетного процесу згідно зі статтею 77 Бюджетного кодексу України – розгляд проєкту та прийняття рішення про місцевий бюджет – з метою підвищення

ефективності використання коштів місцевих бюджетів місцевим органам виконавчої влади, органам місцевого самоврядування слід врахувати й забезпечити: складання індикаторів результативності, показників ефекту за окремими галузями; формування критеріїв оцінки соціальної ефективності; застосування формули для розрахунку економічної передбачених видатків у складі місцевого бюджету [3].

На третій стадії бюджетного процесу – виконання бюджету, включаючи внесення змін до рішення про місцевий бюджет, – відповідно до частини 1 статті 78 Бюджетного кодексу України «Виконання місцевих бюджетів» [1] місцеві органи виконавчої влади, органи місцевого самоврядування здійснюють загальну організацію та управління виконанням відповідного місцевого бюджету, координують діяльність учасників бюджетного процесу з питань виконання бюджету».

Проте, за сучасних умов дефіцит й недостатня фінансова забезпеченість місцевих бюджетів України щодо виконання як власних, так і делегованих повноважень призводить до обмеженості фінансових ресурсів та організації ефективного управління економікою і соціальною сферою на певному рівні й нестачі коштів на здійснення запланованих видатків. Тому в процесі виконання бюджету постає необхідність перерозподілу бюджетних призначень між головними розпорядниками та внесення змін до рішення про місцевий бюджет. Практика використання коштів місцевих бюджетів в умовах обмеження фінансування показує, що на сьогоднішній день застосовується декілька підходів запобігання надмірним витратам, одним з таких підходів є скорочення передбачених бюджетом асигнувань, що обмежує витрати, а другим підходом є надання розпорядникам лише певної частини їх видаткових повноважень.

Саме тому на даному етапі за умов обмеження витрат або надання розпорядникам лише певної частини їх видаткових повноважень особливу увагу слід звертати прийняттю оптимальних рішень стосовно перерозподілу бюджетних призначень між головними розпорядниками коштів з метою підвищення ефективності використання цих коштів. Це, у свою чергу, сприятиме вирішенню проблеми неефективного використання коштів місцевих бюджетів під кінець бюджетного року, коли відбувається їх витрачання не тому, що вони дійсно потрібні, а тому, що в разі їх невикористання існує загроза затвердження менших обсягів видатків на наступний рік.

Саме на стадії виконання місцевих бюджетів за умови залишку бюджетних коштів на кінець року для підвищення прозорості та обґрунтованості прийняття рішень варто залучати незалежних експертів та громадськість для прийняття спірних рішень, що дозволить обрати оптимальні варіанти спрямування цього залишку у разі необхідності використати до кінця року.

На останній – четвертій стадії бюджетного процесу – підготовка та розгляд звіту про виконання бюджету і прийняття рішення щодо нього – відповідно до вимог, встановлених у статтях 58–61 та статті 80 Бюджетного кодексу України [1], у звітах, що затверджуються, має бути проведена обов'язкова оцінка ефективності використання коштів місцевими органами виконавчої влади та органами місцевого самоврядування. Підсумки оцінки мають стати невід'ємною частиною звіту про виконання і підставою для надання відповідних пропозицій стосовно складання бюджету на наступний період та прийняття обґрунтованих рішень.

Висновки. Отже, тільки за умов дотримання перелічених вище рекомендацій можна робити висновки про ефективне або неефективне використання коштів місцевих бюджетів та вживати відповідних заходів покарань за неефективне і заохочень за ефективне використання коштів. Зважаючи на характер існуючих проблем, постає необхідність дотримання напрямів та рекомендацій на кожній стадії бюджетного процесу. Тільки в такому випадку суспільство знатиме, що одержуватиме за ті кошти, що сплачені в бюджет, чи відповідатиме використання бюджетних коштів поставленим задачам бюджетної політики і наскільки ефективно використані кошти при досягненні цілей місцевої та державної політики

Список використаних джерел

1. Бюджетний кодекс України : Закон України від 8 липня 2010 р. № 2456-VI).
2. Бюджетна складова реалізації домінантних напрямів суспільного розвитку : монографія / Л. В. Лисяк, О. В. Гриценко, С. В. Качула, К. М. Роменська [та ін.] ; за наук. ред. д. е. н., проф. Л. В. Лисяк. – Дніпропетровськ : ДДФА, 2015. – 396 с.
3. Лисяк Л. В. Ефективність використання коштів місцевих бюджетів України : монографія / Л. В. Лисяк, К. М. Роменська. – Дніпропетровськ : УМСФ, 2015. – 232 с.

4. Розвиток бюджетного процесу в умовах економічних перетворень : монографія / С. І. Юрій, В. Г. Дем'янишин, О. П. Кириленко [та ін.] ; за ред. С. І. Юрія, В. Г. Дем'янишина. – Київ : Кондор-Видавництво, 2012. – 376 с.

УДК 342:25

ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЯ ЯК КОМПОНЕНТ АДМІНІСТРАТИВНО-ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ РЕФОРМИ

А. А.Коваленко, *магістр спеціальності Публічне управління та адміністрування освітня програма «Місцеве самоврядування»*
В. О. Шаповалов, *к. е. н., доцент – науковий керівник*

Анотація. Узагальнено основні теоретико-методологічні підходи до визначення категорії «децентралізація». Визначено сутність, форми і типи децентралізації, їх основні характеристики та доцільність використання.

Ключові слова: децентралізація, адміністративна реформа, деконцентрація, делегування.

Abstract. The main theoretical and methodological approaches to defining the category of "decentralization" are generalized. The essence, forms and types of decentralization, their main characteristics and expediency of use are determined.

Keywords: decentralization, administrative reform, deconcentration, delegation.

Постановка проблеми. Роль децентралізації управління в процесах становлення інституту місцевого самоврядування є визначальною. Адже децентралізація є своєрідною системою управління, за якої частина функцій центральної влади переходить до органів місцевого самоврядування. Схвалена Кабінетом Міністрів України 1 квітня 2014 року Концепція реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні викликана політичними процесами, що відбуваються в державі й суспільстві на шляху євроінтеграції [5]. Вона передбачає децентралізацію, створення належних матеріальних (майно, зокрема земля, що перебувають у власності територіальних громад), фінансових (податки та збори, що пов'язані з територією відповідної адміністративно-територіальної одиниці) та організаційних умов для забезпечення виконання органами місцевого самоврядування власних і делегованих повноважень.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Дослідженню проблем реалізації адміністративно-територіальної реформи в Україні, а також виявленню особливостей здійснення децентралізації присвятили свої наукові праці такі вітчизняні вчені, як Жаліло Я. А., Шевченко О. В., Романова В. В., Лелеченко А. П., Васильєва О. І., Куйбіда В. С., Ткачук А. Ф. та інші науковці.

Формулювання мети. Метою роботи є узагальнення теоретичних розробок та практичних положень проведення децентралізації як компонента адміністративно-територіальної реформи.

Виклад основного матеріалу дослідження. Передача повноважень із центру на місця здійснюється шляхом децентралізації, що дозволяє привести послуги, які надає держава, у відповідність із потребами і запитами населення. Перехід до децентралізації – це, свого роду «глобальний зсув влади», що звільняє індивіда від державної опіки і дозволяє будувати демократію знизу догори. Оскільки для процесу демократичного розвитку дуже важливий зворотний зв'язок між владою і людиною – поінформованість громадян про дії влади та поінформованість влади про реальні потреби конкретного громадянина, то природно, що здійснити це найлегше на базовому рівні влади – місцевому, де громадяни і представники влади живуть поруч.

Оскільки «децентралізація» є одним із важливих компонентів демократичних реформ, сприяє прозорості у діяльності влади, то, узагальнюючи вищенаведені визначення, можемо констатвати, що традиційно усталений погляд на децентралізацію як на процес, за якого в рамках централізованої держави утворюються самостійні одиниці, що є носіями місцевого самоврядування (громади), потребує вироблення нових підходів до аналізу його змісту [3].

На сьогодні необхідною умовою стабільного розвитку суспільства та ефективного функціонування держави є забезпечення балансу загальнодержавних інтересів не лише з інтересами територіальних громад, а й кооперація та координація цих інтересів на різних рівнях виконавчої влади. Досить важливо розрізняти типи децентралізації, оскільки вони мають різні специфічні характеристики, політичне значення і обумовлюють досягнення успіху.

Існує три типи децентралізації: політична, адміністративна і фіскальна, а також три основні форми децентралізації – деконцентрація, деволюція і делегування.

Політична децентралізація – це, по-перше, передача владних повноважень органам влади на рівень управління, який нижчий центрального; по-друге, спільна розробка і реалізація політики шляхом залучення зацікавлених сторін. Політична децентралізація проявляється шляхом деволюції. Прихильники політичної децентралізації вважають, що рішення, які прийняті шляхом широкого залучення громадськості, будуть кращими і більше відповідатимуть різноманітним інтересам суспільства, порівняно з тими рішеннями, які прийняті політичною владою на національному рівні. Під цим визначенням розуміється, що вибори політичних представників від місцевих виборчих дільниць, дозволяють громадянам краще знати їх політичних діячів, і в свою чергу політичним діячам – вчасно реагувати на потреби і бажання своїх виборців. Політична децентралізація часто потребує конституційних чи визначених законами реформ, розвиток політичних партій, посилення законодавства, створення місцевих політичних одиниць і підтримки ініціатив та інтересів громадських груп.

Фіскальна децентралізація – це делегування фінансових ресурсів та повноважень, формування дохідної частини бюджету. Вона передає місцевим органам влади, приватним підприємствам фінансові засоби, повноваження збирати місцеві податки, а також право визначати видатки місцевих бюджетів з метою виконання ними децентралізованих функцій [1]. Узагальнюючи першоджерела, класифікують п’ять форм фінансово-бюджетної децентралізації: самофінансування або відшкодування збитків виробництва шляхом плати користувачами за послуги; заходи часткового фінансування або виробництва, шляхом яких користувачі беруть участь у наданні послуг, розвитку інфраструктури шляхом фінансових внесків або вкладу робочої сили; розширення місцевих доходів (податки на нерухомість, продаж або непрямі платежі); трансферти, які переміщують загальні доходи від податків, що надаються центральним урядом місцевим органам влади для загального або специфічного використання; надання дозволу на муніципальні запозичення або мобілізація грошових фондів місцевих органів влади через гарантування займу, кредитів.

Адміністративна децентралізація спрямована на делегування владних повноважень стосовно процесу розробки і прийняття рішень, ресурсів і повноважень для надання державних послуг у

визначених сферах з центрального до нижчих рівнів влади, галузевих управлінь підвідомчих центральним органам влади, агенцій [2]. Адміністративна децентралізація стосується перерозподілу владних повноважень, фінансових ресурсів і відповідальності щодо здійснення планування, фінансування і управління визначених державних функцій від центрального уряду і його органів до відповідних галузевих одиниць місцевих органів влади, підпорядкованим одиницям на всіх рівнях державного управління, напівавтономним державним органам влади, або регіональним органам влади, або асоціаціям (акціонерним товариствам), а також регіональним чи функціональним органам влади в межах визначеної території.

Адміністративна децентралізація може тільки переміщувати повноваження від центральних урядових посадових осіб у столиці до тих, хто працює в областях (регіонах), провінціях чи районах, а також це може супроводжуватись створенням сильного галузевого управління або наділення відповідними ресурсами і повноваженнями місцевих влад під наглядом міністерств. Існує два шляхи здійснення адміністративної децентралізації: через такі форми як деконцентрацію і делегування.

Деконцентрація – вважається самою слабкою формою децентралізації і найчастіше застосовується в унітарних державах. Вона включає в себе перерозподіл повноважень щодо процесу ухвалення рішень, фінансові і управлінські повноваження, а також відповідальність поміж різних рівнів центральних органів виконавчої влади. За таких умов, територіальні або галузеві управління знаходяться в підпорядкуванні тільки центральним органам влади. Управлінські завдання за умов деконцентрації розподіляються на органи одного й того ж суб’єкта управління.

Делегування – вважається найбільш довершеною моделлю децентралізації, оскільки передбачає передачу важливої частини державних повноважень до виключної компетенції місцевих органів самоврядування. Місцеві органи самоврядування отримують таким чином певні права у деяких сферах у відповідності до чинного законодавства, діють незалежно та мають для цього власні джерела фінансування. Процес прийняття рішень та їх впровадження повністю належить до компетенції місцевих органів самоврядування, а у випадку конфлікту між ними та органами центральної влади відповідальні суди можуть втрутитись лише за наявності порушень законів чи Конституції.

Делегування – це фактично компромісна модель децентралізації, яка знаходиться посередині між передачею повноважень та силою децентралізації. У цьому випадку органам місцевого самоврядування (не мережі органів центральної влади) передаються на виконання певні державні функції, в той час як органи центральної влади проводять певний контроль за виконанням задач та, як правило, мають виділяти кошти з державного бюджету для виконання цих завдань та передавати їх до органів місцевого самоврядування.

Таким чином, незважаючи на те, що вище класифіковані види децентралізації передбачають в різній мірі делегування повноважень, влади і відповідальності до нижчих рівнів органів влади, напівавтономних державних організацій або приватним підприємствам, центральні органи влади все ж залишають за собою право впливу і низку владних повноважень, які регламентуються під час укладання відповідних контрактів (договорів, угод), збереження права відслідковувати якість надання послуг або виконання делегованих функцій, вносити необхідні корективи (за необхідністю) або достроково розривати укладені договори.

Висновки. З врахування вищенаведеного, під терміном «децентралізація» варто розуміти комплексний процес переходу від існуючої системи державного регулювання, що передбачає високий рівень монополізації влади на рівні державних органів управління, до нової системи суспільних відносин, яка передбачатиме одночасне підвищення ефективності державного сектору економіки країни та якості життя населення Децентралізацію варто розуміти не як одноразову передачу владних повноважень від органів державної влади до органів місцевого самоврядування, а як комплексний процес, що охоплює цілісну низку елементів: спроможність органів державної влади передати низку управлінських повноважень органам місцевого самоврядування; здатність органів місцевого самоврядування отримати й ефективно розпорядитися владними повноваженнями; обсяг повноважень, який необхідно передавати від центральних до місцевих органів влади; механізм передачі владних повноважень; механізм взаємодії органів державної влади й органів місцевого самоврядування; питання адміністративно-територіальної реформи тощо.

Список використаних джерел

1. Децентралізація влади: порядок денний на середньострокову перспективу. Аналітична доповідь. Авт.: Жаліло Я. А., Шевченко О. В., Романова В. В. та ін. Національний інститут стратегічних досліджень. – Київ : 2019. – 115 с.
2. Лелеченко А. П. Місцеве самоврядування в умовах децентралізації повноважень : навч. посіб. / [А. П. Лелеченко, О. І. Васильєва, В. С. Куйбіда, А. Ф. Ткачук]. – Київ, 2017. – 110 с.
3. Маслов А. О. Сутність, типи, форми, можливості і загрози децентралізації [Електронний ресурс] / А. О. Маслов, А. Т. Гладковська // Ефективна економіка. – 2019. – № 2. – Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6915.
4. Мацедонська Н. В. Децентралізація в Україні та основні шляхи її впровадження в сучасних умовах / Н. В. Мацедонська, Л. М. Клівіденко // Економіка та суспільство. – 2017. – Вип. 8. – С. 613–618.
5. Про схвалення Концепції реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні [Електронний ресурс] : розпорядження Кабінету Міністрів України від 01.04.2014 № 333-р. – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/333-2014-%D1%80#n8.

УДК 332.145:352.07

СУТНІСТЬ ТА ПРИНЦИПИ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ

О. В. Кругляк, *магістр спеціальності «Публічне управління та адміністрування» освітня програма «Місцеве самоврядування»*
В. О. Шаповалов, *к. е. н., доцент – науковий керівник*

Анотація. Сьогодні місцева влада стикається з великою кількістю складних, гострих проблем, від яких залежить життєзабезпечення територіальної громади. Це й зумовлює потребу та перспективність запровадження стратегічного планування на місцевому рівні. Тобто, органи місцевого самоврядування отримують у своє розпорядження ефективний інструмент, який дає можливість підготуватись до майбутніх зовнішніх і внутрішніх викликів та знайти відповіді на них.

Ключові слова: територіальна громада, стратегія розвитку, стратегічне планування, принципи планування

Abstract. Today, local authorities face a large number of complex, acute problems on which the livelihood of the local

community depends. This determines the need and prospects for the introduction of strategic planning at the local level. That is, local governments receive an effective tool that enables them to prepare for and respond to future external and internal challenges.

Keywords: territorial community, development strategy, strategic planning, planning principles

Постановка проблеми. Найважливішим аспектом у становленні та розвитку об'єднаної територіальної громади є формування бачення її майбутнього із рівним доступом до послуг, високою якістю життя та комфортними і безпечними умовами проживання. Саме тому останнім часом все активніше обговорюється необхідність здійснення стратегічного планування на рівні громади.

В Україні, як і в інших країнах світу, активно розвивається і запроваджується стратегічний підхід до планування сталого територіального розвитку. Це пов'язано з перевагами даного методу для всіх основних учасників цього процесу. Нині суттєво видозмінюються функції, що реалізуються під час планувального процесу, зазнає змін сама роль планування у системі місцевого управління. Воно все більше стає інструментом підвищення конкурентоспроможності територій і регіонів, засобом згуртування різних суб'єктів територіального розвитку навколо нових цінностей і довгострокових пріоритетів.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Проблематика стратегічного планування розвитку територіальної громади знаходиться в центрі уваги багатьох вчених та фахівців, серед яких – Берданова О. В., Вакуленко В. М., Гринчук Н. М., Колтун В. С., Куйбіда В. С., Ткачук А. Ф. та ін.

Формулювання мети. Метою статті є розкриття сутності та базових принципів стратегічного планування розвитку територіальної громади.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасному розумінні слово «стратегія» трактується як основні шляхи, практичні кроки і механізми втілення ідеї чи теорії у життя. Отже, коли ми говоримо про стратегію розвитку територіальної громади, маємо на увазі чітко визначені мету і цілі розвитку, а також необхідні засоби для досягнення цих цілей. Іншими словами «стратегія» – це обґрунтований вибір напряму розвитку адміністративно-територіальної одиниці, а також прийняття необхідних рішень відповідним органом місцевого самоврядування.

Стратегічне планування розвитку територіальних громад – це системна технологія обґрунтування та ухвалення найважливіших рішень щодо місцевого розвитку, визначення бажаного майбутнього стану території та способу його досягнення, що базується на аналізі зовнішнього оточення території та її внутрішнього потенціалу і полягає у формуванні узгоджених із територіальною громадою дій, на реалізації яких концентруються зусилля, ресурси основних суб'єктів місцевого розвитку.

Сьогодні в Україні вже не викликає сумнівів необхідність та актуальність планувальної діяльності на місцевому рівні. В нашій державі, як і в інших країнах світу, активно розвивається і запроваджується стратегічний підхід до планування сталого територіального розвитку. Це пов'язано з перевагами даного методу для всіх основних учасників цього процесу (влади, підприємницьких структур, територіальної громади). Така активізація планувальної діяльності, з одного боку, є закономірним етапом розвитку регіонів та окремих територій, з іншого – намаганням регіонів знайти адекватні інструменти, які б допомагали відповісти на виклики сучасного глобалізованого світу, коли істотно пришвидшуються різноманітні зміни, в тому числі політичні, економічні, соціальні, технологічні, екологічні тощо.

Місцевий розвиток характеризується комплексом різноманітних просторових, економічних, соціальних, культурно-духовних, екологічних та інших чинників, які необхідно враховувати в процесі здійснення територіального планування. Саме тому на території розробляється не один, а низка планувальних документів, кожен з яких має свій об'єкт, принципи, призначення, однак разом вони формують цілісну систему планування місцевого розвитку.

Розробка довгострокового стратегічного документа необхідна для визначення діючих тенденцій і закономірностей місцевого розвитку, формування на цій основі сценаріїв перспективного соціально-економічного та екологічного розвитку, визначення етапів і термінів досягнення місцевих пріоритетів. Для забезпечення реалізації окремих пріоритетних напрямів стратегії розробляються та виконуються місцеві цільові програми розвитку окремих сфер економічної діяльності, які мають перетворитися на дієвий інструмент реалізації довгострокової місцевої політики.

Модель формування та тип стратегії підбирається виходячи з потреб територіальної громади міста або економічного регіону. Розробка стратегії базується на принципах стійкого розвитку, при цьому передбачалося, що їх дотримання буде стосуватися всього періоду упровадження, моніторингу та оцінювання стратегії. Ключовими принципами цього процесу є:

1. Принцип пріоритетності, який передбачає визначення пріоритетів діяльності з тим, щоб наявні ресурси перш за все використовувалися на вирішення найбільш нагальних проблем та з найвищою ефективністю;

2. Принцип координації і відповідності, який передбачає розроблення і координацію заходів в рамках Стратегії із заходами, запланованими в інших державних і місцевих програмах;

3. Принцип економічної ефективності, який передбачає використання наявних ресурсів таким чином, щоб отримати максимальний екологічний та економічний ефекти;

4. Принцип співробітництва і солідарності, який є необхідною умовою успішності виконання цієї Стратегії та передбачає співробітництво і координацію діяльності між різними секторами суспільства, галузями економіки, підприємницькими структурами національного і місцевого рівнів та громадськими організаціями;

5. Принцип відповідальності, який передбачає, окрім установленої законом юридичної відповідальності, рівнозначну моральну відповідальність юридичних осіб і громадян міста за стан природного довкілля та рівні можливості і доступ усіх членів громади до наявних ресурсів;

6. Принцип оцінки впливу діяльності на довкілля і здоров’я та запобігання негативним наслідкам, відповідно до якого усі владні рішення в рамках цієї Стратегії будуть прийматися з врахуванням оцінки їх потенційного впливу на довкілля і здоров’я населення та попередження можливих негативних наслідків.

7. Нарешті принцип прозорості, доступу до інформації та широкої участі громадськості, який є необхідною передумовою прийняття ефективних рішень та успішного виконання цієї Стратегії.

Висновки. Таким чином, необхідність ресурсного забезпечення розвитку територіальних громад вимагає від місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування

застосування сучасних методів ресурсного менеджменту. Необхідно розробляти певну методологію ресурсного менеджменту, яка має включати керування «кваліфікацією» ресурсів, управління ефективністю використання ресурсів, менеджмент ресурсних резервів, управління розробкою новітніх видів ресурсів тощо. При цьому зауважимо, що через високу варіабельності менеджмент територіальних ресурсів за їх складовими має суттєві особливості, що повинно знайти відображення у методах і механізмах управління.

Список використаних джерел

1. Васильєва О. І. Концептуальні засади сталого розвитку територіальних громад / О. І. Васильєва, Н. В. Васильєва // Інвестиції: практика та досвід. – № 8. – 2018. – С. 74–78.
2. Планування розвитку територіальних громад : навч. посіб. для посадових осіб місцевого самоврядування / Г. Васильченко, І. Парасюк, Н. Єременко / Асоціація міст України – Київ : ТОВ «ПІДПРИЄМСТВО «ВІ ЕН ЕЙ», 2015. – 256 с.
3. Стратегічне планування розвитку об'єднаної територіальної громади : навч. посіб. / [О. В. Берданова, В. М. Вакуленко, І. В. Валентюк, А. Ф. Ткачук]. – Київ, 2017. – 121 с.
4. Управління розвитком об'єднаних територіальних громад на засадах громадської участі : навч. посіб. / [О. В. Берданова, В. М. Вакуленко, Н. М. Гринчук, В. С. Колтун, В. С. Куйбіда, А. Ф. Ткачук]. – Київ, 2017. – 129 с.
5. Успішна територіальна громада: будуємо разом / Бриль М., Врублевський О., Данчева О., Сеїтосманов А., Чубаров Е. – Харків : Видавничий будинок Фактор, 2018. – 128 с.

УДК 352.07

ТЕРИТОРІАЛЬНА ГРОМАДА ТА ЇЇ ОЗНАКИ

О. В. Цикозін, *магістр спеціальності Публічне управління та адміністрування освітня програма «Місцеве самоврядування»*
В. О. Шаповалов, *к. е. н., доцент – науковий керівник*

Анотація. У статті здійснено аналіз теоретичних та методологічних підходів щодо сутності територіальної громади. Визначено ключові ознаки територіальної громади як суб'єкта місцевого самоврядування.

Ключові слова: громада, розвиток, територіальна реформа, місцеве самоврядування.

Abstract. The article analyzes the theoretical and methodological approaches to the essence of the territorial community. The key features of the territorial community as a subject of local self-government have been identified.

Keywords: community, development, territorial reform, local self-government.

Постановка проблеми. Провідне місце в запровадженій в Україні системі місцевого самоврядування посідають територіальні громади. Визнання на найвищому законодавчому рівні територіальної громади як джерела самостійної форми публічної влади в Україні, первинного суб'єкта, носія функцій і повноважень місцевого самоврядування вимагає формування та функціонування громади не як простої сукупності жителів певного населеного пункту, а як дієздатного суб'єкта, соціально і політично активного, самодостатнього з точки зору забезпечення матеріально-фінансовими ресурсами, спроможного на ефективне та відповідальне управління власними справами, а також потребує узгодження його статусу з правовим статусом інших суб'єктів місцевого самоврядування, побудови ефективної системи розподілу функцій та повноважень місцевого самоврядування.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Фундаментальний характер мають наукові праці з питань функціонування територіальних громад таких авторів: П. Ф. Гураль, О. В. Батанов, І. Бутко, Н. І. Руда, М. А. Баймуратов, І. І. Бодрова, А. А. Коваленко та ін.

Формулювання мети. Мета статті полягає у визначенні критеріїв дослідження сутності територіальної громади.

Виклад основного матеріалу дослідження. У цілому, аналіз численних дефініцій [1, 3, 5] дає підстави виділити такі критерії визначення територіальної громади, що базуються на тій чи іншій ознаці місцевої спільноти: територіальний, соціологічний, конституційно-правовий і комплексний (або системний).

Згідно з територіальним критерієм, визначення сутності територіальної громади пов'язано з використанням такої ознаки, як постійне проживання людей на території населеного пункту. Зокрема, у конституційно-правовій літературі територіальна громада визначається як основний суб'єкт місцевого самоврядування, який складається з жителів села (кількох сіл), селища, міста, місцева спільнота – населення муніципального утворення,

об'єднане метою здійснення місцевого самоврядування у відповідному поселенні або на певній території. Цей критерій використано і в абзаці другому частини 1 ст. 1 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні», де територіальну громаду визначено як жителів, об'єднаних постійним проживанням у межах села, селища, міста, що є самостійними адміністративно-територіальними одиницями, або добровільне об'єднання жителів кількох сіл, що мають єдиний адміністративний центр [4]. Як базове таке визначення використовується в багатьох сучасних дослідженнях проблем місцевого самоврядування.

Соціологічний критерій визначення поняття територіальної громади дозволяє розкрити сутнісний аспект цього поняття як особливої цілісної соціальної спільноти, дослідити дію місцевих інтересів, які не тільки інтегрують територіальну громаду, але й виступають одночасно її породженням. Застосування цього критерію дозволяє встановити системи інтересів, соціальних зв'язків і відносин у територіальній громаді. Отже, територіальна громада (відповідно до змісту цього критерію) є соціальною спільнотою, об'єднаною на основі спільності інтересів і потреб населення, що входить до неї, системності зв'язків і відносин між цими людьми, а не проста сукупність мешканців визначеного населеного пункту. Найважливішими системоутворювальними ознаками такої спільності є стійкі економічні, соціальні, інформаційні, політичні, культурні й екологічні зв'язки та відносини, що виділяють її як досить самостійну систему просторової організації життєдіяльності людей.

У системі територіальних утворень вихідною є первинна територіальна громада, яка має властивості цілісності й неподільності за функціональним критерієм: її складові частини самі по собі не можуть виконувати ті специфічні функції, які властиві даній соціально-територіальній спільності.

Функціонально-цільову активність територіальної громади як складовий аспект поняття громади може бути розкрито за допомогою конституційно-правового критерію, в основі якого лежить визнання та гарантування місцевих інтересів як публічно-правових, а їхніх носіїв – територіальних громад – як суб'єктів, здатних до цілеспрямованої діяльності щодо їхньої реалізації. За такого підходу функції самоврядування виступають не як результат розподілу і децентралізації влади й управління, а є похідними від колективних інтересів територіальних громад.

Відповідно, не держава і органи влади ставлять завдання перед людиною, а саме вона висуває певні вимоги до органів влади, а її потреби та інтереси зумовлюють їхню діяльність.

Конституційно-правовий критерій визначає місце і роль територіальної громади в системі місцевого самоврядування й організації публічної влади. Визначення територіальної громади на основі цього критерію дозволяє охарактеризувати громаду як суб'єкт місцевого самоврядування, який володіє правом і реальною здатністю до діяльності на основі реалізації наданої компетенції щодо вирішення питань місцевого значення, та об'єкт державної політики розвитку у сфері місцевого самоврядування.

Однак ми вважаємо, що повне розкриття змісту категорії «територіальна громада» можливе лише на основі комплексного, системного критерію. Крім того, поняття громади стосується одночасно двох аспектів: по-перше, людей і зв'язків між ними, по-друге, їхнього географічного розміщення. І це нагадує нам, що без людей і зв'язків між ними громада – це не більше ніж простий набір будівель і вулиць.

Виходячи з проведеного аналізу різних підходів, можна виявити такі основні ознаки територіальної громади, що знайшли закріплення в законодавстві України [2, 4].

1. Територіальна – спільне проживання членів територіальної громади на певній території (у межах певної адміністративно-територіальної одиниці – села, селища, міста) (ч. 1 ст. 140 Конституції України, ст. 1 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні»).

2. Інтегративна – територіальна громада виникає на основі об'єднання всіх жителів, що постійно мешкають на певній території незалежно від того, чи є вони громадянами даної держави, іноземцями чи особами без громадянства (ст. 1 Закону України «Про місцеве самоврядування»).

3. Інтелектуальна – в основі конституювання територіальної громади лежать спільні інтереси її членів, обумовлені необхідністю вирішення питань місцевого значення (ч. 1 ст. 140 Конституції України).

4. Майнова – територіальна громада є суб'єктом права комунальної власності, їй належить рухоме і нерухоме майно, доходи місцевих бюджетів, інші кошти, земля, природні ресурси, що є в комунальній власності відповідних територіальних громад) (ч. 1 ст. 142 Конституції, статті 16, 60 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні»).

5. Фіскальна – члени територіальних громад є платниками місцевих податків і зборів (ст. 67 Конституції України).

6. Самоврядна – закріплене в Конституції та в Законі України «Про місцеве самоврядування в Україні» право територіальної громади на здійснення місцевого самоврядування.

На наш погляд, наведені ознаки територіальної громади як суб'єкта місцевого самоврядування можуть і далі деталізуватися. Це потрібно насамперед для розробки необхідних нормативно-правових актів щодо місця територіальної громади в системі публічної влади та управління, визначення конкретних (зокрема, галузевих) програм розвитку територіальних громад загалом тощо.

Висновки. Таким чином, територіальна громада – це первинний суб'єкт місцевого самоврядування, що складається з фізичних осіб, які постійно мешкають, працюють на території села (або добровільного об'єднання в спільну громаду кількох сіл), селища або міста, безпосередньо або через сформовані ними муніципальні структури вирішують питання місцевого значення та пов'язані індивідуально-територіальними зв'язками системного характеру. Територіальні громади мають якості первинного суб'єкта влади та управління на місцевому рівні. При цьому провідним фактором у проблемі формування правового статусу територіальних громад є їх роль у формуванні всієї системи органів публічної влади – від вищих до місцевих.

Список використаних джерел

1. Батанов О. В. Територіальна громада – основа місцевого самоврядування в Україні : монографія / О. В. Батанов ; Ін-т держави і права ім. В. М. Корецького НАН України. – Київ : [Б. В.], 2001. – 260 с.
2. Конституція України : прийнята на п'ятій сес. Верхов. Ради України 28 черв. 1996 р. // Відом. Верхов. Ради України. – 1996. – № 30. – Ст. 141.
3. Куйбіда В. С. Формування дієздатних територіальних громад / В. С. Куйбіда. – Київ : ІКЦ «Легальний статус», 2010. – 138 с.
4. Про місцеве самоврядування в Україні : Закон України // Голос України від 12 черв. 1997 р. // Відом. Верховної Ради України. – 1997. – № 24. – Ст. 170. Зі змінами, внесеними згідно із Законом України № 997-V (997-16) від 27 квіт. 2007 р. – № 33. – Ст. 440.
5. Сталий розвиток територіальної громади: управлінський аспект : монографія ; за ред. Ю. О. Куца, В. В. Мамонової. – Харків : Вид-во ХарРІ НАДУ «Магістр», 2008. – 335 с.

Освітня програма «Публічне адмінстрування»

ПУБЛІЧНІ ЗАКУПІВЛІ В УМОВАХ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА

А. М. Мороз, *магістр спеціальності Публічне управління та адміністрування освітня програма «Публічне адміністрування»*
О. В. Солдатенко, *д. ю. н., професор – науковий керівник*

Ключові слова: конкурентне середовище, публічні закупівлі, електронні закупівлі, конкуренція.

Постановка проблеми. Наявність окремих недоліків під час проведення публічних закупівель в умовах конкурентного середовища.

Аналіз основних досліджень та публікацій. Різні аспекти системи публічних закупівель досліджено у працях як практиків, так і теоретиків, зокрема: Я. Горбатюк, Л. Демиденко, К. Джилінгема, К. Лайсонса, Ю. Фалк, О. Шуляк.

Останнім часом вчені всеобічно досліждують питання публічних закупівель, розглядають проблеми прозорості, конкурентності ринку та моделі оцінки ефективності закупівель.

Метою публікації є дослідження впливу держави на конкурентне середовище та роль окремих факторів, що мають значний вплив на цей процес, окреслення напрямів удосконалення конкурентного середовища в сфері публічних закупівель.

Викладення основного матеріалу дослідження. Конкурентне середовище – це результат та умови взаємодії великої кількості суб'єктів ринку, що визначають відповідний рівень економічного суперництва і можливість впливу окремих економічних агентів на загальну ринкову ситуацію.

Суттєвий вплив на формування конкурентного середовища має держава, основними задачами якої є:

– ухвалення законів, нормативних актів, які унеможливлюють набуття конкуренцією нецивілізованих рис, формують у широких верств підприємців та управлінців так звану «культуру конкуренції»;

– створення відповідних органів, які контролюють дотримання суб'єктами економічних відносин нормативних актів про конкуренцію;

– попередження лобіювання інтересів окремих корпорацій державними службовцями.

Однак, навіть на етапі створення законодавчої бази різні групи учасників ринку ставляться в нерівні умови. Це стосується, зокрема, процедур банкрутства, системи оподаткування, інвестиційної та зовнішньоекономічної діяльності, ліцензування, протекціоністської, митної, експортно-імпортної політики тощо.

Заходи, спрямовані на попередження порушення законів, на створення оптимальних умов функціонування суспільного виробництва також не завжди ефективні. Недостатня увага держави до питань формування конкурентного середовища та захисту конкуренції призводить до систематичних збоїв ритму функціонування економіки, антиконкурентних змов, завищення цін та до інших негативних явищ.

Наявність ефективного конкурентного середовища є однією з головних умов сталого розвитку економіки держави. Конкуренцію на ринках забезпечує змагання між суб'єктами господарювання, які завойовують свого клієнта. При цьому в споживачів має бути можливість вибору між кількома суб'єктами господарювання, жоден із яких не може визначати оборот товару або послуги на ринку.

Ці самі правила стосуються й процедури публічних закупівель. На торгах повинен перемагати учасник із найкращою пропозицією ціни при забезпеченні якісних вимог до предмету закупівлі та/або інших умов. У цьому зв'язку основна загроза конкуренції в цій сфері – це антиконкурентні узгоджені дії (змови) між учасниками (або між учасниками й замовником), що можуть спотворити результати торгів.

Змова автоматично унеможливлює змагання, тобто знищує конкуренцію. В Україні норми закону України «Про публічні закупівлі» спрямовані на забезпечення ефективних й прозорих процесів закупівель, а також – на створення та підтримання конкурентного середовища, запобігання проявам корупції в цій сфері тощо.

Поняття «публічні закупівлі» можна розглядати як процес придбання замовниками, в першу чергу, державними, товарів, робіт, послуг за найвигіднішими ринковими умовами з метою задоволення суспільних потреб.

Одним із найбільш перспективних напрямів публічних закупівель є електронні закупівлі, що набирають все більшого поширення на ринках державних закупівель розвинутих країн. Україна теж починає широко упроваджувати прогресивні методи ринкової економіки, серед яких важливе місце займають електронні публічні закупівлі.

Електронна закупівля – це спосіб закупівлі, що передбачає проходження та управління в електронному середовищі всіх етапів закупівельного циклу, включаючи маркетингові дослідження, визначення кола економічних агентів (потенційних постачальників), процедури придбання, розміщення замовлень, здійснення поставок і оплат за них, бюджетування і планування закупівель (формування бюджету закупівель та його реалізацію).

Концепція електронних державних закупівель, полягає у використанні електронних засобів на кожному етапі закупівельного процесу – від визначення вимог, подання пропозицій до здійснення платежів та потенційного управління контрактами. Якщо говорити точніше, процедура електронних державних закупівель передбачає використання спеціально розроблених веб-сайтів та обмін стандартними електронними документами та повідомленнями між замовниками, суб'єктами господарювання й фінансовими установами.

Як і будь-яке нововведення, електронні державні закупівлі мають як переваги, так і недоліки. Серед безумовних переваг електронних закупівель є:

– нормативна урегульованість – процедура закупівлі здійснюється виключно у формі та у спосіб передбачені законодавством України;

– конкурсний характер – ширший вибір постачальників;

– простіше управління закупівельним процесом через автоматизацію;

– економічний ефект – нижчі операційні витрати замовників і постачальників і, як наслідок, нижчі ціни закупівель;

– прискорення процесу закупівлі та економія часу;

– розширений доступ до закупівельної інформації, її належна фіксація.

Водночас, не усунуто так званий «людський фактор». Особливо він має великий вплив на етапі формування конкурсних умов. Нерідко вимоги до постачальників носять тенденційний характер, а в окремих випадках прописані під конкретного постачальника. Повністю не виключаються і змови між постачальниками, особливо при проведенні торгів з надання товарів і послуг специфічного або ексклюзивного характеру.

Усунення вказаних недоліків пропонується проводити у двох напрямах:

1) розроблення нормативних документів, які б стандартизували вимоги до постачальників і зменшили кількість невиправданих суб'єктивних вимог;

2) розроблення тендерної документації на проведення електронних державних закупівель незацікавленими особами, при можливості – не представниками замовника.

Висновки. Таким чином, найбільш перспективними напрямами розвитку конкурентного середовища в сфері публічних закупівель є впровадження систем електронних публічних закупівель. Вони вважаються ефективним інструментом, що підвищують підзвітність та прозорість у сфері публічного управління, зменшують рівень корупції під час здійснення закупівельного процесу. Це, у свою чергу, вимагає розширення нормативної і методологічної бази, а також підготовки фахівців у цій сфері економічних відносин.

Список використаних джерел

1. Державні закупівлі як засіб активізації підприємницької діяльності [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://blog.liga.net/user/vmalolytneva/article/19446.
2. Про публічні закупівлі [Електронний ресурс] : Закон України від 10.12.2016. – Режим доступу: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/922-19.
3. Сайт ProZorro [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://prozorro.gov.ua.
4. Ткаченко Н. Б. Управління державними закупівлями : монографія / Н. Б. Ткаченко. – Київ : Книга, 2007. – 296 с.
5. Горин В. Фінансові аспекти системи державних закупівель / В. Горин // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2011. – № 6. – С. 65–73. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vknteu_2011_6_8.

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ МАРКЕТИНГ

Освітня програма «Маркетинг»

УДК 338:15

МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ РЕКЛАМНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА

Д. Р. Верезомський, *магістр спеціальності Маркетинг*
Н. І. Яловега, *к. е. н., доцент – науковий керівник*

Анотація. Висвітлено розроблений механізм формування рекламної діяльності та рекламного менеджменту підприємств України на базі виявлення маркетингових особливостей товару – об'єкта маркетингової та рекламної діяльності, підприємства,

галузі промисловості та сфери діяльності. Продемонстровано напрямки формування, обґрунтування та контролю кожного етапу запропонованого механізму формування рекламної діяльності та рекламного менеджменту виробничих підприємств харчової промисловості країни.

Ключові слова: реклама, рекламна діяльність, рекламний менеджмент, механізм формування рекламної діяльності.

Abstract. The mechanism of forming of advertisement activity and advertisement management of enterprises of Ukraine is worked out on the base of exposure of marketing features of commodity – object of marketing and advertisement activity, enterprise, industry of industry and sphere of activity. Shown direction of forming, ground and control of every stage of the offered mechanism of forming of advertisement activity and advertisement management of enterprises of food industry of country.

Keywords: advertisement, advertising activity, advertising management, mechanism of the shaping to advertising activity.

Постановка проблеми. Проблема своєчасного доведення товарів від виробництва до населення, формування попиту на них з урахуванням соціально-демографічних особливостей окремих груп споживачів, виховання раціональних потреб людей вимагають використання реклами. Її роль особливо зростає в умовах конкурентного середовища, постійного оновлення асортименту товарів, ускладнення конструкцій формування споживчого попиту. Своєчасна і вичерпна інформація населення про споживчі властивості і способи використання товарів є найважливішим завданням реклами.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Теоретичні та методичні аспекти висвітлення проблем управління як маркетинговою взагалі, так і рекламною зокрема діяльністю підприємств можна дослідити у працях таких вчених як А. В. Войчак, А. О. Длігач, О. В. Зозульов, Н. В. Карпенко, Т. О. Примак, Є. В. Ромат, Н. І. Яловега, Т. Амблер, Ф. Котлер, Дж. Россітер, Е. Райс, Д. Траут і багатьох інших. Але, необхідно зазначити, що стан і ступінь розробленості основних проблем управління рекламою не відповідають вимогам сучасного рівня розвитку економічної науки. Оскільки вона завжди знаходиться в динамічному розвитку, з привнесенням у свої здобутки нових можливостей та загроз. Це визначає необхідність активізації досліджень та вироблення відповідних рекомендацій щодо управління рекламною діяльністю.

Формулювання мети. Мета статті – розробити механізм формування рекламної діяльності та рекламного менеджменту підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для підвищення ефективності маркетингової діяльності підприємств ми рекомендуємо застосовувати розроблений механізм формування рекламної діяльності. Згідно цього механізму, по-перше, маркетологові підприємства доцільно визначитися з метою його створення й реалізації. Мета рекламної діяльності та рекламного менеджменту визначає спрямованість комунікативного звернення. На даному етапі обираються так звані економічні цілі комунікації підприємства з таких можливих: досягнення конкретного комунікативного доходу або комунікативного прибутку.

До цілей досягнення рекламного доходу доцільно віднести конкретний прогнозований обсяг збуту товару під впливом заходів маркетингових комунікацій, збільшення частки ринку. Комунікаційний прибуток представляє собою розмір зміненого прибутку від реалізації продукту під впливом рекламних заходів. Вибір мети визначає подальшу розробку рекламної діяльності підприємства: перша група цілей припускає застосування способів інформування потенційних покупців про акції з вартісного стимулювання збуту, наприклад, про зниження ціни; друга група – застосування способів інформування з атрибутивного стимулювання збуту, наприклад, про технологічно обґрунтоване поліпшення якості товару. Крім економічних показників як мети рекламної діяльності, раціональним є досягнення так званих неекономічних (немонетарних) цілей: ознайомлення споживачів з новим продуктом, зміна іміджу підприємства, підвищення рівня популярності товару, вплив на звички споживачів і виховання нової потреби, підтримка вірності продукту тощо.

Після визначення мети рекламної діяльності підприємства доцільно визначити цільову аудиторію впливу реклами. Залежно від характеристики цільової групи змінюється зміст рекламної діяльності підприємства. Після виділення цільової аудиторії впливу реклами підприємства доцільно встановити завдання впливу на дану групу, які також повинні визначити зміст та конструкцію рекламного звернення. Експерти демонструють три базових завдання комунікативного впливу – інформативне, переконливе, нагадувальне.

Наступний етап механізму розробки рекламної діяльності та рекламного менеджменту підприємства повинен включати визначення методу розрахунку рекламного бюджету. Рекламний бюджет має бути обґрунтованим результатами маркетингових досліджень доцільності використання всіх елементів механізму формування рекламної діяльності: просування цільового рекламного звернення, реалізації складових реклами, вибору рекламних заходів, відбору конкретних рекламних носіїв тощо. Тому розмір бюджету й напрямки його витрат повинні бути ретельно спланованими й підлягають постійній повторній перевірці на предмет ефективності вкладень. Слід зазначити, лідери того чи іншого ринку розраховують рекламний бюджет залежно від обороту підприємства, а підприємства з меншою часткою ринку використовують метод «виходячи з коштів, що залишилися після розподілу на всі інші потреби».

Після визначення цільової складової рекламної діяльності підприємства маркетолог має приступити до вироблення ідеї й розробки рекламного звернення. Воно повинне відображати специфічні особливості комплексу маркетингу продукту, що просувається, і підприємства, а також цілей рекламної діяльності, цільової групи впливу реклами, завдань реклами і розміру рекламного бюджету. Розробка рекламного звернення повинна базуватися на концепції рекламного звернення, яка визначає зміст (мотив), конструкцію та форму його демонстрування. Ефективний зміст рекламного звернення повинен спиратися на маркетингову позицію товару, що відповідає мотиву покупки, який показує що покупець хоче почути і побачити в цьому зверненні. Мотивація змісту звернення повинна бути ексклюзивною, демонструвати споживачеві переваги товару, відповідати вимогам цільової групи та генерувати позитивні емоції споживача.

Для конкретних товарів найбільш ефективними є специфічні мотиви, які доцільно використовувати в маркетинговому просуванні. Теорія та практика маркетингу розглядає більше 60 видів мотивацій, що стимулюють придбання тих або інших товарів. Але використання їх повинне носити диференційований характер. Раціональні мотиви кореспондують з особистою вигодою цільової купівельної групи, з їхньою допомогою маркетолог демонструє напрямки забезпечення товаром обіцяних покупцеві вигід. Емоційні мотиви прагнуть відтворити у покупця позитивне або негативне почуття, що стимулює покупку товару, емо-

ційна достовірність рекламного звернення є основною причиною повторних покупок. Моральні мотиви впливають на порядність цільової аудиторії та її почуття справедливості.

Після того, як визначений зміст рекламного звернення, що відповідає сприйняттю цільової аудиторії, необхідно провести розробку конструкції та форми повідомлення цього звернення до цільової аудиторії. На цьому етапі також розробляється гіпотеза про ефективне використання тих або інших засобів реклами. За свідченням експертів, вибір конструкції рекламного звернення повинен включати визначення манери демонстрування рекламних аргументів. Це може бути наявний висновок або точка зору, які обґрунтовують рішення споживача; або – головного чи кількох однорідних позитивних чи негативних аргументів. Форма демонстрації рекламного звернення як комплекс словесних та аудіовізуальних складових, а також їх розміщення повинна продукувати цілісний зрозумілий і переконливий образ товару.

Для обґрунтування вибору ефективних рекламних засобів щодо конкретної групи товарів підприємств необхідно провести маркетингове дослідження, що включає, у першу чергу, збір і аналіз вторинної маркетингової інформації про існуюче використання цільовими підприємствами тієї або іншої галузі промисловості різних рекламних засобів і джерел.

Завершує запропонований нами механізм формування й впровадження в життя рекламної діяльності підприємства етап контролю й оцінки ефективності рекламної діяльності та рекламного менеджменту. Контроль і аналіз ефективності всієї рекламної діяльності підприємства полягає у вимірюванні й аналізі результатів, досягнутих у рамках реалізації намічених планів, розробці й здійсненні коригувальних заходів для збільшення ефективності маркетингової діяльності.

Висновки. Отже, в процесі розробки механізму формування рекламної діяльності доцільно використовувати відповідні методики планування, обґрунтування, втілення в життя та контролю рекламної діяльності підприємств. Використання запропонованого нами механізму формування рекламної діяльності та рекламного менеджменту на підприємствах України сприяє підвищенню ефективності маркетингової та виробничо-комерційної діяльності цих підприємств.

Список використаних джерел

1. Безчасний О. Моделювання контролю стабільності комунікаційних каналів при управлінні розвитком промислового підприємства / О. Безчасний // Схід. – 2018. – № 2 (154). – С. 5–12.
2. Закревська Л. М. Особливості маркетингової політики підприємства в процесі просування продукції [Електронний ресурс] / Л. М. Закревська. – Київ : НУХТ, 2020. – Режим доступу: http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/31490/3/104.PDF (дата звернення: 19.10.2020). – Назва з екрана.
3. Зражевська Н. І. Комунікаційні технології : лекції / Н. І. Зражевська. – Черкаси : Брама-Україна, 2010. – 224 с.
4. Карпенко Н. В. Управління маркетингом на торговельному підприємстві / Н. В. Карпенко, Н. І. Яловега // Науковий вісник ПУЕТ. Серія: Економічні науки. – Полтава : ПУЕТ, 2018. – № 1 (86). – С. 62–67.
5. Яловега Н. І. Оцінка ефективності рекламного менеджменту підприємства / Н. І. Яловега // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу: науковий економічний журнал. – Бердянськ : БУМБ, 2015. – № 3 (23). – С. 96–99.

МЕНЕДЖМЕНТ

Освітня програма «Бізнес-адміністрування»

УДК 37.09

ІННОВАЦІЙНА МЕТОДИКА EDUSCRUM В ОСВІТНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

М. Ю. Гуреєва, *асистент кафедри менеджменту*
В. А. Вовченко, *магістр спеціальності Менеджмент освітня програма «Бізнес-адміністрування»*
Т. О. Гусаковська, *к. е. н., доцент – науковий керівник*

Анотація. Статтю присвячено перспективам розвитку одного з інноваційних інструментів освітньої діяльності – eduScrum. Впровадження цієї методики може суттєво вплинути на рівень зацікавленості як споживачів освітнього процесу, так і інших його учасників.

Ключові слова: eduScrum, Scrum, інновації, тайм-менеджмент, проєктне управління.

Abstract. The article focused on the development of one of the innovative tools of educational activities – eduScrum. Implemen-

tation of this technique can significantly affect the level of interest as consumers and other participants of educational process.

Keywords: eduScrum, Scrum, innovation, time management, project management.

Постановка проблеми. Освіта XXI століття потребує постійного розвитку. У час високих технологій та штучного інтелекту споживачі освіти, що належать до покоління Z, більш вимогливі щодо всіх послуг, які вони отримують, і до освіти в тому числі. Тому особливо актуальності нині набуває завдання, як вдосконалити освітній процес так, щоб він був конкурентоспроможний і водночас цікавий для всіх сторін.

Аналіз основних досліджень і публікацій. У 1993 році Джефф Сазерленд за участю Кена Швабера створив Scrum – інноваційну методологію управління проєктами, засновану на принципах тайм-менеджменту. Спочатку Scrum використовувався лише для розробки продуктів в IT-сфері, але згодом, коли виявилося, що це досить ефективна система для управління будь-якими проєктами, Scrum поширився на всі сфери – від виробництва до послуг.

Головною перевагою цього методу є залучення в командну роботу всіх учасників групи, що займається розробкою проєкту. При цьому в кожного члена команди є своя роль і всі учасники рівноцінні в плані прийняття рішень, а вертикаль відповідальності відсутня.

Віллі Війнандс, учитель хімії та фізики звичайної середньої нідерландської школи Ashram College, близько десяти років тому застосував методику Scrum у проведення уроків хімії, яка згодом отримала назву eduScrum.

Виклад основного матеріалу дослідження. eduScrum – це активна форма співпраці, при якій студенти в командах виконують завдання відповідно до фіксованого ритму. Вони планують і визначають власну діяльність та відстежують прогрес. Викладач визначає завдання, тренує та дає поради. Завдяки eduScrum студенти стають «власниками» процесу навчання, що призводить до внутрішньої мотивації, особистісного зростання та кращих результатів. Педагог установлює, ЧОМУ і ЩО, студенти – ЯК. Новаторський спосіб навчання, де персоналізоване навчання відіграє дуже важливу роль, як і 4 C: Creativity, Collaboration, Communication & Critical thinking (творчість, співпраця, спілкування та критичне мислення).

Замість звичайних оцінок в eduScrum використовуються бали та винагороди. Студенти отримують бали за зусилля, за виконання завдань, за командну роботу тощо.

Як загалом у Scrum, тут є сценарій (або церемонія) і ролі учасників процесу. Перелічимо їх.

Власник продукту (Product owner) – людина, яка безпосередньо зацікавлена в якісному кінцевому продукті і розуміє, як цей продукт має виглядати. Вона не працює в команді, але працює з командою. Це та людина, яка встановлює пріоритети для завдань. У випадку з eduScrum власником продукту виступає викладач.

Scrum-майстер – це людина, яку можна назвати керівником проєкту, хоча це не зовсім так, оскільки він не керує, а лише відстежує рух до спільної мети, його ціль – оптимізація процесу. Scrum-майстра команда обирає.

Scrum-команда – це команда, яка приймає всі принципи Scrum і готова з ними працювати.

Спринт – відрізок часу, який береться для виконання встановленого списку. Тривалість визначається командою на початку роботи.

Беклог (backlog) – це список усіх робіт, які необхідно виконати для завершення проєкту.

Важливим моментом є наявність eduScrum-дошки. Вона призначена для динамічного відображення завдань і робіт (пошук інформації, презентація, написання статті та ін.), які команда учасників повинна виконати. Це хронологія роботи спринту. Для завдань можуть використовуватися такі статуси: «Зробити», «У процесі», «Виконано». Завдяки дошці кожен може відразу побачити, на якому етапі команда перебуває зараз: що вже зроблено, що залишилося. Інформацію на дошці необхідно постійно оновлювати, щоб завжди відображати актуальну інформацію. Оновлення відбувається перед кожним заняттям.

Головні обов’язки вчителя на заняттях: скласти беклог – маршрутний лист вивчення тем; продумати процедуру контролю якості отриманих результатів; консультувати учнів у разі необхідності.

Головні обов’язки Scrum-майстра: планувати проведення спринту; відзначати рух завдань на дошці; координувати виконуване завдання всіх учасників груп; формулювати навчальний запит (за потреби).

eduScrum установлює шість офіційних етапів:

1) створення команд;

2) зустріч для планування спринту;

3) стендап-нарада (на початку кожного уроку);

4) принт-огляд (тест, робота, практичне завдання чи презентація);

5) ретроспектива спринту (функціонування команди та членів команди);

6) особиста рефлексія.

На початку кожного уроку п'ять хвилин виділяється на стендап-нараду. Кожен член команди відповідає на питання:

Що я зробив з моменту минулого заняття?

Що я буду робити на цьому занятті?

Що заважає досягти мети спринту?

Спринт-огляд відбувається в кінці кожного спринту. Команда демонструє, які знання отримала. Це може бути демонстрація проєкту або велика контрольна робота, живий виступ або інші активності.

У eduScrum, крім великого спринт-огляду, є постійні перевірки у перебігу спринту. Це тести на повторення, додаткові завдання від учителя. Мета перевірок – відстежити прогрес команди й адаптувати первинний план. З їх допомогою у вільний процес навчання легко включаються стандартні педагогічні прийоми.

У eduScrum виділяється додатковий критерій – «Задоволення». У роботі з дітьми це важливий показник. Навчання не повинне пригнічувати та засмучувати, тому студенти формують завдання, які потрібно виконати, щоб вчитися із задоволенням. Відповідність цим критеріям за спринт відстежується й обговорюється на ретроспективі.

Ще однією цінністю eduScrum є те, що він побудований на емпіризмі – нові знання з'являються з досвіду та рішень на базі вже здобутих знань.

Незмінні принципи eduScrum: прозорість – єдиний стандарт для всіх, зрозуміла мова, відкриті критерії оцінки; перевірка – усі учасники регулярно перевіряють свій прогрес у навчанні, для своєчасного виконання завдань; адаптація – якщо група відхиляється від плану навчання або стикається з проблемами, то робота коригується.

Висновки. Україна на офіційному рівні ще не впровадила eduScrum у систему освіти, але приклад багатьох європейських країн та США засвідчує, що ця методика дієва і має всі шанси за декілька років стати провідною інновацією в освітній сфері. Її перевагою є те, що навіть в умовах дистанційного навчання eduScrum легко використовувати завдяки онлайн-інструментам, деякі з них навіть доступні для користувачів безкоштовно.

Список використаних джерел

1. Сазерленд Дж. Scrum. Навчись робити вдвічі більше за менший час. Харків : Клуб сімейного дозвілля, 2019. 279 с.
2. eduScrum. URL: https://www.eduscrum.nl/ (дата звернення : 01.11.20).
3. Progressive education. URL: https://progressive-education.co.uk/tag/eduscrum/ (дата звернення : 01.11.20).

УДК 347.7:336.71]:005.3

ПОНЯТТЯ «РЕКЛАМИ» ТА «СОЦІАЛЬНОЇ РЕКЛАМИ» В СУЧАСНІЙ НАУКОВІЙ ЛІНГВІСТИЧНІЙ ІНТЕРПРЕТАЦІЇ

Є. О. Молчанов, *магістр спеціальності 035 Філологія освітня програма «Германські мови та література (переклад включно), перша – англійська»*
Н. С. Сухачова, *к. філ. н, доцент – науковий керівник*

Анотація. У статті розглянуто одне з важливих явищ сьогодення – соціальну рекламу. Автором аналізується широка варіативність визначень поняття «реклама» та «соціальна реклама», які пропонують сучасні науковці. У працях мовознавців соціальна реклама визначається як ефективний освітній засіб, що дає змогу мотивувати велику аудиторію. Спостереження дозволяє виділити чотири тематики соціальної реклами: захист флори та фауни, проблема сміття та переробки відходів, збереження риродних та енергетичних ресурсів, формування споживацької культури.

Ключові слова: реклама, соціальна реклама, аудиторія, визначення, поняття.

Abstract. The article describes one of the important phenomena of the present – social advertising. The author analyzes the wide variability of definitions of the concept of «advertising» and «social advertising» offered by modern scholars. Social advertising is

defined as an effective educational tool that can motivate a large audience in the works of linguists. The observation allows to distinguish four subjects of social advertising: protection of flora and fauna, the problem of garbage and waste processing, conservation of energy and resources and the formation of a consumer culture.

Keywords: advertising, social advertising, audience, definition, concept.

Постановка проблеми. Незважаючи на те, що реклама відіграє значну роль у житті людини, одностайності щодо дефініціювання цього поняття немає, адже вказане явище є спільним для багатьох наук (економіки, маркетингу, психології, лінгвістики тощо).

Реклама – явище, яке знаходиться на стику кількох наук: мовознавства (зрештою, вона використовує слово як головний важіль впливу), психології (при написанні рекламних текстів та певних особливостей сприйняття інформації потенційними покупцями) та економіки (основною метою рекламодавців є отримання прибутку від продажу конкретного товару).

Аналіз основних досліджень і публікацій. Отже, не дивно, що рекламні тексти були проаналізовані з різних боків багатьма видатними вченими. Зокрема К. Бове [2] вивчав економічні аспекти рекламних текстів; В. Зирка [6] досліджувала лінгвістичні особливості англомовних рекламних текстів та проблеми їх перекладу; Н. Паршенцева [10], В. Ученова [12] вивчали соціальну рекламу та її текстові особливості. Проте, залишається ще ціла низка малодосліджених питань, що й зумовлює актуальність даної розвідки.

Формулювання мети. Метою статті є дослідження широкої варіативності визначень поняття «реклама» та «соціальна реклама», які пропонують сучасні науковці.

Виклад основного матеріалу дослідження. Рекламний текст належить до досить нового напрямку мовознавства –медіалінгвістики. Завдяки своїй багатовимірності та поліфункціональності поняття рекламного тексту є багатогранним та складним. Спробуємо з’ясувати характерні риси цього явища.

В. Аренс і К. Бове дають таке визначення: «Реклама – це не персональна форма спілкування переконливого характеру з чітко вказаним джерелом фінансування, що передача інформації про товар, послугу чи ідею за допомогою різних засобів масової інформації» [2, с. 6].

С. Музикант трактує рекламу як «друковане, рукописне, усне чи графічне повідомлення про особу, товар, послугу чи громадський рух, публічно опубліковане рекламодавцем й оплачене для збільшення продажів, розширення клієнтури, завоювання голосів або громадської підтримки» [8, с. 121]. Б. Обритько розуміє рекламу і рекламування як «вид соціальної діяльності, спрямований на задоволення потреб у товарах, послугах та ідеях; встановлення зв'язків між споживачами й торгівцями» [15, с. 6]. Г. Почепцов у роботі «Теория коммуникации» визначає рекламу як інформування людей різними способами, щоб створити широку популярність чому- або кому-небудь [11, с. 314], а О. Савельева кваліфікує рекламу як форму комунікації, що прагне перекласти якості товарів, послуг, а також ідеї на мову потреб і запитів споживача [11, с. 11].

А. Дейян зазначає, що реклама – це інформаційний процес. «Комунікативний компонент реклами покликаний переконати споживача в тому, що рекламованому товару притаманні найкращі якості порівняно з уже існуючими аналогами» [4, с. 123].

Б. Розумовський визначає рекламу як вид інформаційної діяльності та соціальної інформації, що поширюється різноманітними комунікаційними засобами для впливу на споживача з метою формування чи реалізації уже сформованих потреб [2, с. 14].

У нашому дослідженні опираємось на дефініцію реклами О. Мельник: «Реклама – це специфічний акт риторико-персуазивної комунікації, … когнітивно-комунікативний процес впливу адресанта на реципієнта з метою домогтися від нього прийняття рішення про необхідність здійснення певної посткомунікативної дії в інтересах адресанта» [5, с. 24].

В. Музикант зазначає, що реклама – це комплекс взаємопов'язаних цілей, найголовніші з яких такі: привернути увагу потенційного покупця; представити покупцю користь для нього від придбання товару; надати покупцю можливості для додаткового вивчення товару; сформувати в споживача певний рівень знань про товар; створити образ фірми-виробника, якому можна довіряти; формувати потребу в цьому товарі; спонукати потенційного покупця до придбання саме рекламованого товару; стимулювати збут товару; сприяти прискоренню товарообігу; зробити споживача постійним покупцем товару; формування для інших фірм образу надійного партнера; нагадувати споживачеві про фірму і її товари [8, с. 54].

Варто зазначити, що соціальна реклама є найменш вивченим видом реклами, незважаючи на великий інтерес дослідників до неї. Вона бере участь у поширенні цінностей та норм, затверджених суспільством. Замовниками соціальної реклами можуть бути держава або неурядові організації, а об'єктом соціальної реклами є соціально важлива ідея, яка пояснює соціальну проблему суспільства.

Феномен соціальної реклами закономірно пов'язаний із соціокультурним контекстом певної країни. Незважаючи на глобальний характер деяких проблем (наприклад, проблема СНІДу або бездомних), підходи до створення її специфічні для кожної країни. Перш за все, це залежить від екстралінгвістичних факторів (складності певної проблеми). По-друге, слід зазначити важливість культурних факторів. Тому найбільш повний аналіз явища соціальної реклами можливий у порівняльному аспекті.

У працях лінгвістів соціальна реклама визначається як ефективний освітній інструмент, що дає змогу мотивувати велику аудиторію. Ця інформація щодо здорового способу життя, охорони здоров'я, профілактики злочинності, охорони природи, енергозбереження, соціального захисту та безпеки населення не носить комерційний характер і орієнтована на дітей, підлітків, молодь, жінок, тобто різні категорії населення [1, с. 58]. У загальному контексті соціальна реклама визначається як тип комунікації, спрямований на привернення уваги громадськості до найбільш актуальних проблем суспільства та його моральних цінностей [4, с. 40].

Розрізняють наступні терміни на позначення поняття «соціальна реклама»: *public service advertising* – «суспільна реклама» і *non commercial advertising* – «некомерційна реклама».

Некомерційна реклама в основному оплачується державними некомерційними установами і не призначена для отримання прибутку. Її головна мета – привернути увагу до проблем суспільства: «*Diabetes. Heart disease. Stroke. And I kill nearly 2 out of every women*»; «*What's more important to you: drive faster or get there? Do not hurry. It is necessary for you*».

Ця реклама передає повідомлення, пропагує певне позитивне явище, демонструє громадські настанови, зразки для наслідування. Тобто мова йде насамперед про ідеї, що мають певну соціальну цінність і які повинні змінити ставлення суспільства до важливих соціальних питань, а в перспективі – сформувати

нові соціальні цінності [9], наприклад: «*Stop climate change before it changes you*»; «*Every breath you take will eventually destroy your future. Don`t smoke*».

Теоретиками було здійснено класифікацію відповідних прийомів у соціальній рекламі:

– звернення до певних емоцій (страху, співчуття, гордості і т. д., які спонукають людину до здійснення тих чи інших соціальних дій);

– позитивні висловлювання (суть цього прийому полягає в представленні затвердженого факту, що не потребує доказів);

– руйнування поведінкових стереотипів (сучасне суспільство нав'язує людині певні (не завжди правильні) моделі поведінки, а одна з задач соціальної реклами – показати існуючі альтернативи, наштовхнути людей на роздуми про необхідність зміни поведінкової моделі);

– використання застерігальних конструкцій (використання смислових компонентів, що включають в себе попередження про небезпеку або заклик до обережності);

– вибіркове надання інформації (адресату демонструються тільки найбільш вигідні для впливу факти);

– конкретизація проблеми (соціальна реклама розглядає або проблему в цілому, або окремі її прояви, при цьому чим конкретніше проблема, тим яскравіша і зрозуміліша соціальна реклама);

– подання авторитетних образів в рекламі, що сприяє емоційному сприйняттю інформації (адресат проєктує на себе образ відомої людини, тим самим долучаючись до певного стилю життя);

– використання слоганів, що дозволяють синтезувати весь вкладений в рекламний ролик сенс і зосередити на ньому увагу адресата;

– створення контрасту, за допомогою якого підкреслюється емоційно забарвлена різниця між соціально-негативною і соціально прийнятною поведінкою;

– фіксація уваги на позитивному або негативному результаті [10, с. 25].

Виділяємо чотири теми соціальної реклами: захист рослинного і тваринного світу, збереження природних та енергетичних ресурсів, проблема переробки сміття та відходів, формування

культури споживання (заклики купувати чи не купувати певні групи товарів). Іноді окремий рекламний продукт охоплює відразу кілька тем.

У наш час особливо актуальними стають проблеми інформування населення про соціальні програми, що реалізуються державними службами. Соціальна реклама відіграє важливу роль в інформуванні широкого загалу про діяльність Державної податкової адміністрації, Пенсійного фонду, Міністерства внутрішніх справ, Служби зайнятості та інших державних установ. Більше 70 % громадян України мають змогу бути ознайомленими з соціальними програмами, які реалізуються державою [1, с. 43].

Отже, під соціальною рекламою доцільно розуміти тип спілкування, спрямований на привернення уваги громадськості до нагальних проблем суспільства та його морально-етичних цінностей, який не спрямований на отримання прибутку, не містить посилань на конкретний товар і виробника та не формує імідж окремих осіб чи політичних угруповань.

Висновки. Таким чином, реклама – це вид інформаційної діяльності та соціальної інформації, що поширюється різноманітними комунікаційними засобами для впливу на споживача з метою формування чи реалізації уже сформованих потреб. Поняття рекламного тексту належить не лише словесному ряду, але й містить у собі сукупність екстралінгвістичних компонентів.

Список використаних джерел

1. Березовець Л. В. Сучасний стан некомерційної реклами в Україні : дис. канд. філол. наук. Київ, 1999. 164 с.
2. Бове К. Л. Современная реклама. Тольятти: Довгань, 1995. 704 с.
3. Велика І. Реклама як інструмент формування масової свідомості суспільства URL: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Nz/89.
4. Дейян А. Реклама. Москва : Прогресс, 1993. 176 с.
5. Ежова Е. Н., Мельник О. А. Социальная реклама как фрагмент медиа-рекламной картины мира. Вестник Ставропольского государственного университета. Ставрополь : Изд-во СГУ, 2009. С. 24–28.
6. Зирка В. В. Лексика рекламы. Днепропетровск : ДУЭП, 2006. 196 с.
7. Лисица Н. М. Реклама в современном обществе. Харьков : Основа, 1999. 272 с.
8. Музыкант В. Л. Реклама: функции, цели, каналы распространения. Курс лекций. Москва : МНЭПУ, 1997. 104 с.

9. Николайшвили Г. Г. Социальная реклама: теория и практика : учеб. пособие для студентов вузов. URL: www.gd-obshestvo.ru/
10. Паршенцева Н. Социальная реклама. Москва: Аспект Пресс, 2008. 191 с.
11. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации. Москва : Рефлбук ; Киев : Ваклер, 2002. – 214 с.
12. Савельева О. О. Введение в социальную рекламу. Москва : РИП-холдинг, 2007. С. 11–12.
13. Ученова В. В. Социальная реклама. Москва : Индек-с Медиа, 2006. 304 с.

УДК 811.111:378

ПОЛІСЕМІЯ В АНГЛОМОВНІЙ НАУКОВІЙ ТЕРМІНОСИСТЕМІ

О. С. Анісімова, *магістр спеціальності 035 Філологія освітня програма «Германські мови та література (переклад включно), перша – англійська»*
Н. С. Сухачова, *к. філол. н., доцент – науковий керівник*

Анотація. На сьогоднішній день проблеми термінології знаходяться у колі найактуальніших питань перекладознавства та лінгвістики. У статті висвітлено особливості перекладу термінологічних одиниць, які належать саме до того шару лексики, що розвивається швидкими темпами, а отже може створювати певні труднощі для перекладача спеціальної літератури. Описано найпродуктивніші способи перекладу полісемантичних термінологічних одиниць.

Ключові слова полісемія, терміносистема, термінознавство, систематазиція, класифікація, переклад, трансформації, термінологія.

Abstract. Today, the problems of terminology are among the most important issues of translation studies and linguistics. The article highlights the problems of translation of terminological units, which belong to the layer of vocabulary that is developing rapidly, and therefore creates certain difficulties for the translator of special literature. The main methods of translation of polysemantic terminological units are revealed.

Keywords: polysemy, terminological system, terminology, systematization, classification, translation, transformation, terminology.

Постановка проблеми. Вивчення мовних та позамовних явищ, за допомогою яких збагачуються та розширюються фахові мови, дозволяє встановити нові тенденції та закономірності утворення й вживання термінологічних одиниць. Слово, як основна одиниця мови, а також термін, як ключовий елемент галузевих термінологій, характеризується здатністю постійно змінюватись (структурно й семантично) відповідно до наукових чи суспільних потреб. Це характерна ознака особливо помітно виявляється у таких явищах як полісемія та омонімія.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Різним аспектам дослідження поняття «термін», особливостям формування галузевих терміносистем, відносинам між структурними одиницями фахових мов (включаючи парадигматичні відносини, до яких належить полісемія та омонімія) присвячені роботи багатьох вітчизняних та зарубіжних науковців, зокрема: Л. М. Васильєвої, Р. І. Дудок, Ю. А. Карпенко, В. В. Левицького, А. В. Лемова, М. Д. Степанової, Ю. О. Шепеля, Дж. Лайонза, З. Н. Джапарідзе Л. Ліпки, Е. Шнайдера та багатьох інших. Однак, на сучасному етапі у лінгвістиці немає однозначного визначення поняття «термін». Визначення терміна залежить від напрямів його вивчення.

Формулювання мети. Мета нашого дослідження – лінгвістичний аналіз сучасної англомовної термінологічної лексики на семантичному та словотвірному рівнях, а також виявлення особливостей перекладу полісемантичних термінів англійської та української мов. Досягнення цієї мети вимагає вирішення конкретних завдань:

1) визначити поняття «термін», встановити функцій термінів;
2) виявити шляхи збагачення терміносистем;
3) описати найпродуктивніші способи перекладу полісемантичних термінологічних одиниць.

Виклад основного матеріалу дослідження. В умовах науково-технічного прогресу XXI століття, розвиток будь-якої галузі науки залежить від формування та вдосконалення її термінологічної системи, у процесі чого відшліфовуються наукові поняття, визначаються їх взаємозв’язки. Проблеми термінології знаходяться у колі найактуальніших питань перекладознавства та лінгвістики, оскільки термінологічні одиниці належать до того шару лексики, яка, з одного боку, посідає значне місце в загальнонаціональному словнику будь-якої мови, розвивається

швидкими темпами й через це привертає увагу лінгвістів, а з іншого, здатна створювати певні труднощі при перекладі термінів.

Для ефективності здійснення дослідження доцільно дати визначення поняття «термін» та окреслити основні його характеристики. На сучасному етапі у лінгвістиці немає однозначного визначення поняття «термін». На думку В. М. Лейчика, «незадовільність більшості визначень полягає саме у спробі поєднати різнохарактерні ознаки терміна. Однак таке поєднання в одному визначенні ознак багатоаспектного об'єкта принципово неможливе та логічно неправомірне» [2, с. 17]. Визначення терміна залежить від напрямів його вивчення. У нашому дослідженні поняття «термін» розглядається в руслі функціонального підходу й визначається як будь-яка повнозначна частина мови, яка несе певну термінологічну інформацію, яка залучена до системних відношень і входить у словотвірне гніздо, формоване на підставі спільного термінологічного значення [5, с. 14].

Термінологічна лексика є важливим компонентом лексичного здобутку будь-якої мови, оскільки вона відображає досягнення сучасних наукових знань, науково-технічного, економічного та культурного прогресу нації. Термінологія тісно пов'язана з науковою та професійною діяльністю людей. Терміни будь-якої галузі науки утворюють власні терміносистеми. Вони виступають важливим складником науки, бо саме за допомогою термінів формуються наукові теорії, закони, принципи та постулати. Терміни можуть вступати в синонімічні відношення: одне й те саме поняття (чи предмет) іноді позначають різними словами, наприклад: subscriber, user – абонент; screen, shield – екран; trolley, truck, bogie, dolly – візок. Останні два явища – багатозначність та синонімія – заперечують функціонування терміна. Однак описуючи конкретну предметну ситуацію конкретної науково-технічної галузі, терміни не допускають їх неправильного перекладу [4].

Проблема виявлення й лінгвістичного аналізу лексико-семантичних відношень, зокрема полісемії між одиницями певної терміносистеми, належить до дискусійних у загальній теорії термінології. Функціонування багатозначних слів у загальновживаній мові та в термінології має певні відмінності, а отже, доцільність їх використання визначається по-різному. У загальнолітературній мові полісемія сприймається як закономірність,

натомість у термінології – як небажане, не властиве їй явище, оскільки «невід'ємною частиною нормативної термінології має бути однозначність» як одна з визначальних характеристик терміна на відміну від загальновживаного слова [3].

Термінологічна полісемія – це співвіднесеність одного терміна з двома чи більше поняттями в межах однієї терміносистеми. Значна частина науковців вважає, що однією з обов'язкових властивостей терміна є однозначність. Інші вчені вважають, що термінологічна полісемія є явищем небажаним, але досить поширеним. Терміни мають тенденцію до однозначності в межах конкретної терміносистеми як реалізації «закону знака». Проте, оскільки вони є засобом професійного спілкування, то «порушення «закону знака» неминучі, оскільки мова наукового спілкування не тільки відображає розвиток людської думки, але й сама розвивається і, як все живе, знаходиться в постійному русі» [1, с. 143].

Аналізуючи явище полісемії слід зазначити, що слово завжди виникає з одним значенням, яке називається первинним чи прямим, оскільки воно прямо називає позначуваний предмет, крім того, йому дуже часто властиві переносні значення, похідні від прямих, які мотивовані через прямі значення і виникають унаслідок перенесення назви одного предмета, явища, дії чи ознаки на інший предмет, явище, дію чи ознаку, які чимось схожі між собою. У цьому випадку мова йде про метафору, метонімію, а також гіпергіпонімією, які сприяють процесу творення нових значень мовних одиниць.

Термінологічна полісемія як семасіологічний процес під час розвитку та стабілізації терміносистем піддається постійній нівеляції та ніколи не зникає повністю. Вона присутня на всіх етапах розвитку загальновживаної мови та фахових підмов, проте полісемія реалізується у спеціальній лексиці дещо по іншому, ніж у загальновживаній мові, де це явище веде до розширення та збагачення словникового складу; у межах спеціальної лексики воно не завжди є бажаним, адже порушує однозначну відповідність між референтом та знаком, який його номінує.

Проблема термінологічної полісемії при перекладі наукової літератури належить до найгостріших на сьогоднішній день. У контексті сучасного науково-технічного й економічного прогресу ця проблема набуває особливої актуальності й вимагає подальшого розроблення. При перекладі полісемічних термінів з

англійської на українську мову використовуються різні перекладацькі трансформацій, зокрема, лексикосемантичні трансформації, такі як конкретизація, генералізація та прийом смислового розвитку. При перекладі багатозначних термінів, словники є необхідним довідковим матеріалом, адже переклад полісемічних термінів передбачає вибір одного з можливих варіантних відповідників, наявних у словнику. Для швидкого знаходження відповідних термінів потрібно користуватися спеціальними галузевими словниками.

Велику роль в процесі перекладу науково-технічних текстів, які містять багатозначні терміни, відіграє контекст. Визначення способу перекладу тієї чи іншої термінологічної одиниці не беручи до уваги контекст є неможливим, адже у різних контекстах термін може перекладатися по-різному. Контекстуальні значення виникають у процесі вживання слів у мові, залежно від оточення й реалізуються під дією вузького, широкого та екстралінгвістичного контексту.

Головним способом перекладу англійських простих термінів українською мовою є переклад за допомогою лексичного еквіваленту, тобто передача постійної лексичної відповідності. Терміни, які мають еквіваленти у рідній мові, відіграють важливу роль при перекладі. Вони служать опорними пунктами у тексті, від них залежить розкриття значення інших слів, вони дають можливість з'ясувати характер тексту.

При перекладі складних термінів та термінів-словосполучень важливу роль відіграє аналіз семантичних зв'язків між окремими компонентами терміна: fixed-price contract with redetermination – ек. контракт з коректуванням фіксованої ціни, X-engine – тех. двигун з X-подібним розташуванням циліндрів. Залежно від сполучуваності термін може мати різні значення: наприклад, економічний термін average – середній може перекладатись у словосполученні таким чином: daily average – щоденний курс акцій; national price average – середній рівень цін в країні. Основні труднощі перекладу термінів полягають у наявності термінів-синонімів, полісемантичних термінів та термінів-неологізмів, що не мають перекладацьких відповідників. Так, велика кількість термінів виражає ті самі поняття чи явища. Це так звані терміни-синоніми, наприклад: disease – illness → хвороба, moving staircase – escalator → ескалатор, business – company → компанія, durable goods – durables – remote goods –

hard goods – товари довготривалого вжитку тощо. Для запобігання синонімії, небажаної в межах однієї термінології, треба використовувати певні критерії, наприклад, кількісні оцінки вмотивованості терміна, що виводяться на основі зіставлення його внутрішньої форми (буквального значення) та лексичного значення (словникової дефініції), тобто при перекладі з групи термінів-синонімів слід надавати перевагу більш умотивованим термінам.

Висновки. Отже, можна зробити висновок, що при перекладі полісемічних термінів науково-технічної літератури найдоцільніше застосовувати комплексний підхід, а саме, використання різних лексико-семантичних перекладацьких трансформацій та обовязкове врахування контексту.

Список використаних джерел

1. Глушко М. М. Теория и практика английской научной речи. Москва : Изд-во Москов. гос. ун-та, 1987. С. 143.
2. Лейчик В. М. Проблемы отечественного терминоведения в конце XX века. Вопр. филологии. 2000. № 2. С. 63–73.
3. Карабан І. В. Граматичні труднощі, лексичні, термінологічні та жанрово-стилістичні проблеми. Вінниця : Нова книга, 2004. 576 с.
4. Огуй О. Д. Полісемія в синхронії, діахронії та панхронії: Системно-квантитивні аспекти полісемії в німецькії мові та мовах Європи. Чернівці : Золоті литаври, 1998. 370 с.
5. Сухачова Н. С. Структурно-семантичні й лінгвокогнітивні параметри англомовної терміносистеми менеджменту : дис. … канд. філол. наук : 10.02.04. Харків, 2014. 278 с.

УДК 808.51:32(73)

КОНЦЕПТУАЛЬНА МЕТАФОРА У ПРОМОВАХ ПОЛІТИКІВ ГІЛЛАРІ КЛІНТОН ТА ДОНАЛЬДА ТРАМПА

А. А. Васильєва, *магістр спеціальності 035 Філологія освітня програма «Германські мови та література (переклад включно), перша – англійська»*
Н. С. Сухачова, *к. філол. н., доцент – науковий керівник*

Анотація. Актуальність даного дослідження визначається необхідністю вивчення вживання політиками США концептуальних метафор. Зміст статті обумовлений тим, що в ній обґрунтовано значення концептуальної метафори, політичного

дискурсу, як механізмів впливу на свідомість реципієнтів. Промови політиків становлять особливий інтерес для лінгвістичної науки. У статті запропоновано класифікацію концептуальних моделей-метафор, виявлених у сучасному англомовному політичному дискурсі. Стаття присвячена аналізу використання політиками США: Гілларі Клінтон та Дональдом Трампом концептуальних метафор у своїх передвиборчих промовах.

Ключові слова: концепт, концептуальна метафора, метафора, мілітарна метафора, спортивна метафора, ігрова метафора, політика, політична промова.

Abstract. The relevance of this research is determined by the need to study the use of conceptual metaphors by US politicians. The content of the article is due to the fact that it substantiates the role of conceptual metaphor, political discourse, as mechanisms of influence on the consciousness of recipients. The speeches of politicians make a special interest to linguistic science. The article offers a classification of conceptual models-metaphors what are found in modern english-language political discourse. The article analyzes the use of conceptual metaphors by US politicians: Hillary Clinton and Donald Trump in their election speeches.

Keywords: concept, conceptual metaphor, metaphor, military metaphor, sports metaphor, game metaphor, politics, political speech.

Постановка проблеми. Новий підхід до тлумачення метафори, а саме з позиції когнітивної лінгвістики, вимагає більш глибокого та багатогранного її вивчення, в першу чергу чіткого осмислення самого терміна «концептуальна метафора» та опису характерних ознак цього поняття як з теоретичної точки зору, так і шляхом аналізу прикладів різних видів концептуальної метафори. Ці твердження вказують на актуальність нашого дослідження.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Значний внесок у дослідження теоретичних і практичних питань, пов’язаних з метафорою у політичному дискурсі, зробили видатні вітчизняні та зарубіжні вчені Н. Д. Артюнова, О. М. Баранов, О. В. Безугла, Й. Бартошек, Ю. М. Караулов, Л. Б. Нагорна, М. В. Нікітін, З. Ю. Петрова, Р. Холм, А. П. Чудінов, Дж. Лакофф, М. Джонсон, та ін. Політична метафора стає все більш розповсюдженим явищем, тому зростає потреба у дослідженні концептуальних метафор у політичному дискурсі США.

Формулювання мети. Метою статті є дослідження особливостей використання концептуальних метафор у промовах американських політиків Гілларі Клінтон та Дональда Трампа.

Виклад основного матеріалу дослідження. У політичному дискурсі метафора має вагоме значення, оскільки дозволяє побачити, уявити та оцінити певне явище із вигідної мовцю точки зору. Вона привертає й утримує увагу, насичує текст виразними образами, здатними надовго зберегтися у пам'яті, впливає на асоціативне мислення реципієнта. Метафора використовується для того, щоб підкреслити одні особливості предмету, а інші зробити менш помітними. Політичний дискурс є структурно-діяльнісною формою взаємодії політика з громадськістю на фоні віддзеркалення в його свідомості змінного ситуативного контексту, який містить комунікативний, евалюативний та маніпулятивний компоненти.

Одним із найефективніших та найвпливовіших засобів, які здатні створити потужний імідж, є метафора, аналіз якої в різних видах дискурсу є перспективним напрямом сучасної когнітивної лінгвістики. Концептуальна метафора розглядалася як засіб, здатний сконструювати імідж політичного діяча тощо.

Основоположники теорії концептуальної метафори Дж. Лакофф та М. Джонсон запропонували класифікацію метафори, яка включає три групи:

– орієнтаційні, які представляють абстрактні процеси або ситуації в просторовому відношенні;

– онтологічні, які трактуються як способи сприйняття дійсності, подій, ідей та емоцій як матеріальних сутностей і речей;

– структурні, що відносяться до концептуалізації процесів, коли концепт метафорично структурований у термінах іншого [1, с. 14].

Проаналізувавши теорії концептуальної метафори, ми виділяємо наступні метафоричні моделі: «політика – це війна», «політика – це спорт», «політика – це природні катаклізми» та «політика – це театральне дійство».

1) Концептуальна модель **«політика – це війна»**. Якщо країни знаходяться у напружених стосунках, прийнято вживати вислів ***«at loggerheads»*: *«ASEAN and The United States remain <u>at loggerheads</u> with no compromise in sight»*** *– (Асоціація держав*

Південно-Східної Азії та Сполучені Штати як і раніше знаходяться в глухому куті, ніякого компромісу не передбачається).

2) Концептуальна модель **«політика – це спорт»**. Політичні опоненти представлені як ключові гравці: ***«Talks that took place earlier this month between China and Vietnam. If these two key players in the region are sincere about wanting to normalize their relations, Cambodia will be the first to benefit»*** *– (На початку цього місяця між Китаєм і В'єтнамом відбулися переговори. Якщо ці два ключові гравці в регіоні щиро хочуть нормалізувати свої відносини, Камбоджа виграє від цього в першу чергу).*

3) Концептуальна модель **«політика – це природні катаклізми».** Метафорично, землетруси можуть описувати важливі події, які змінили нормальний стан справ у політиці або в державі. Звернемо увагу на наступний приклад: ***««A complete earthquake»: Joe Scarborough reacts to Trump winning the presidency seismic»»*** *– (Повний землетрус: Джо Скарборо реагує на перемогу Трампа на президентських виборах сейсмічно).* Слово «сейсмічно» описує рівень руху земної кори під час землетрусу.

4) Концептуальна модель **«політика – це театральне дійство»**. Вираз ***«up in lights»*** вживається на позначення людини, яка стає відомою серед громадськості: ***«One wonders if some members of Congress really ran for office for public service or simply to have their name up in lights»*** *– (Виникає питання чи дійсно деякі члени Конгресу балотувалися на державні посади задля служіння народу чи вони це робили просто для того, щоб «засвітитися»)* [2, с. 65].

Термін ***концептуальна метафора*** у трактуванні Дж. Лакоффа і М. Джонсона означає розмежування мовних засобів вираження і когнітивних процесів, що лежать в її основі, тобто розуміння одного явища (або сфери діяльності) у термінах іншого. Концептуальні метафори здійснюють взаємодію між розумом і культурою та служать тим знаряддям думки, за допомогою якого нам вдається досягти найвіддаленіших ділянок нашого концептуального поля [1, с. 25–30].

Гарним прикладом ролі та впливу концептуальної метафори на реципієнта можна вважати промови політиків Гілларі Клінтон та Дональда Трампа. Найбільш вживаною Д. Трампом стала модель з мілітарною концептуальною метафорою **«політика – це війна»:**

1) «Військові дії». «Початок військових дій»: ***«How are they going to beat ISIS?»*** *– (Як вони збираються перемогти Ісламську державу?).*

2) «Результат війни». «Перемога»: ***«We do not have victories anymore»*** *– (У нас більше немає перемог).* ***«We used to have victories, but we do not have them»*** *– (Раніше у нас були перемоги, але зараз їх немає).* ***«The Cold War lasted for decades, but we won»*** *– (Холодна війна тривала десятиліттями, але ми перемогли).* «Поразка»: ***«We will no longer surrender this country, or its people, to the false song of globalism»*** *– (Ми більше не віддамо цю країну або її народ «фальшивій пісні глобалізму»).*

3) «Втрати і поранення»: ***«When was the last time anybody saw us beating, let's say, China in a trade deal?»*** *– (Коли в останній раз хтось бачив, як ми перемагаємо, скажімо, Китай у торговій угоді?).* ***«They are killing us economically»*** *– (Вони вбивають нас в економічному плані).*

4) «Учасники військових дій». «Вороги»: ***«They are not our friend, believe me. But they're killing us economically»*** *– (Вони нам не друзі, повір мені. Вони «вбивають» нашу економіку).* ***«The United Nations is not a friend of democracy, it's not a friend to freedom, it's not a friend even to the United States of America»*** *– (Організація Об'єднаних Націй не є другом демократії, вона не є другом свободи, вона не є другом навіть для Сполучених Штатів Америки).*

Менш вживаною у промовах політика стала концептуальна метафора **«політика – це спорт»**. Незважаючи на те, що значна кількість політичних метафор орієнтована на командні спортивні ігри, у промовах Трампа часто зустрічаються «індивідуальні види спорту»: переважання особового займенника в однині ***«I»*** в реченнях, де спостерігається метафоричне моделювання зі спортивною метафорою, говорить про бажання одноосібної боротьби, бажання взяти кермо влади винятково в свої руки: ***«I'm in competition with them»*** *– (Я з ними змагаюся).* ***«It makes it impossible for our companies to compete, impossible».***

Також у своїх промовах він широко використовує концепт ігрових метафор, адже існує символічна близькість між грою та політикою: ***«We have all the cards, but we do not know how to use them»*** *– (У нас є туз в рукаві, але ми не знаємо, як ним користуватися).* ***«We needed to step up our game»*** *– (Нам потрібно було посилити нашу гру).*

Що стосується промов політика Г. Клінтон то можна теж помітити, що вона використовує велику кількість концептуальних метафор, а саме метафори з військовими термінами на позначення суспільного та політичного життя: ***«But whether you're a veteran of these efforts or someone new to what we are trying to do together, the United States will stand with you as your partner on the basis of mutual respect….»*** – *(Але незалежно від того, чи є ви досвідченим борцем за ідеї або новачком у тому, що ми намагаємося зробити разом, Сполучені Штати будуть підтримувати вас як партнера на основі взаємної поваги….).* Під метафорою «***veteran of these efforts»*** Г. Клінтон має на увазі досвідченого борця за ідеї, які поділяють громадяни США.

Гілларі Клінтон часто у своїх політичних виступах вживає метафори, до семантичної структури яких входять лексеми на позначення вогню. Наприклад: «***The United States and our partners must act before the wood is stacked or the match is struck, because when the fire is at full blaze, our options for responding are considerably costlier and more difficult»*** – *(Сполучені Штати і наші партнери повинні діяти, доки не покладені дрова й не запалений сірник, бо коли полум'я розгориться, то боротися з ним обійдеться нам значно дорожче).* У цьому контексті йдеться про необхідність вжити негайні заходи з метою запобігання загострення критичної ситуації.

Г. Клінтон неодноразово використовує **спортивні** метафори у своїх політичних промовах: ***«…Jim Clifton and his team…», «…a race between hope and fear…», «…champion of democracy…»*** – *(«...Джим Кліфтон і його команда...», «...перегони між надією і страхом...», «...переможець демократії...). Вона* використовує метафору ***«race»,*** адже лексема із спортивної термінології про перегони найбільш релевантна, коли йдеться про протистояння двох ідеологій, чи двох антонімічних понять, що виражають полярні опозиції. ***«So it's great that we're back here today, and I am grateful to Jim Clifton and his team for joining us to highlight the urgent need for more and better information about women and gender equality around the world»*** – *(Так що це дуже добре, що ми повернулися сюди сьогодні і я вдячна Джиму Кліфтону та його команді за те, що вони приєдналися до нас, щоб підкреслити нагальну потребу в більшій і кращій інформації про жінок і гендерну рівність у всьому світі).* У цьому реченні наведено приклад використання

спортивної метафори ***«team»,*** яка підсилює враження командного духу, згуртованості.

Висновки. Концептуальна метафора відіграє особливу роль у вивченні тактик та прагматичних характеристик політичних промов та допомагає визначити приховані наміри політиків. У сучасному англомовному дискурсі виділяються такі концептуальні метафори: концептуальна модель «політика – це війна», концептуальна модель «політика – це спорт», концептуальна модель «політика – це природні катаклізми», концептуальна модель «політика – це театральне дійство».

Проаналізувавши уривки промов, можемо зробити висновок, що найбільш розповсюдженими концептуальними метафорами, які вживали обидва політики, стали мілітарна (військова), спортивна та ігрова метафори. У промовах Г. Клінтон гостро постало питання єдності країни, почуття впевненості в сьогоденні та подальшому майбутньому. У промовах політика важливе місце займає таке поняття, як успіх, якого вона здатна досягти разом зі своїми співвітчизниками. У промовах Дональда Трампа концептуальні метафори були більш влучними як в контексті менталітету нації, так і в контексті політики. Перспективи подальших досліджень вбачаємо у розгляді політичних промов інший відомих політиків.

Список використаних джерел

1. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем. Теория метафоры. Москва : Прогресс, 1990. 415 с.
2. Дорофеєва О. М., Дядечко Л. П., Кудрявцева Л. О., Філатенко І. О., Черненко Г. А. Сучасні аспекти дослідження масс-медійного дискурсу: експресія – вплив – маніпуляція. Мовознавство. 2005. С. 58–66.
3. Clinton H. R. Remarks on Evidence and Impact: Closing the Gender Data Gap: URL: http://www.state.gov/secretary/rm/2012/07/195244.htm.
4. Clinton H. R. Remarks to the International Women's Leadership Forum: URL: http://www.state.gov/secretary/rm/2012/07/194696.htm.
5. Presidentials' Documents Archive Collection. The American Presidency Project. 2015. URL: https://www.presidency.ucsb.Edu/documents/presidential-documents-archive-guidebook/documents-related-to presidential-elections/2016/report/200301/all/63.
6. Remarks by President Trump to the Ministers of the Global Coalition to Defeat ISIS. White House. 2019. URL: https://www.whitehouse.gov/briefings-statements/remarks-president-trump-ministers-global-coalition-defeat-isis/.

УДК 811.111’255:801.631.51]:33]](045)

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ СКОРОЧЕНЬ В АНГЛОМОВНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ТЕКСТАХ

Є. О. Власенко, *магістр спеціальності 035 Філологія освітня програма «Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська)»*
Н. С. Сухачова, *к. філол. н., доцент – науковий керівник*

Анотація. У статті подані визначення абревіатур, акронімів та скорочень. Схарактеризовано основні способи їх відображення у мові перекладу й методи роботи, що використовуються під час опрацювання англомовних економічних текстів. Зазначено ситуації, коли їх використання є доцільним; наведено приклади досліджуваних мовних одиниць. Проаналізовано лексико-граматичні та стилістичні особливості застосування усічених лексичних одиниць та їх значення в сучасній економічній терміносистемі англійської мови. Також було досліджено механізми дії абревіатур, акронімів і скорочень та їх роль під час передачі інформації.

Ключові слова: абревіатури, акроніми, економічний текст, переклад, скорочення.

Abstract. The article provides definitions of abbreviations and acronyms. The main ways of their translating into target language and methods of translators’ work were described. Situations of usage and examples were provided. The lexical, grammatical and stylistic features of abbreviations and acronyms and their meaning in the modern economic terminology of the English language were analyzed. The methods of actions of abbreviations and acronyms and their role in the communications were studied.

Keywords: abbreviations, acronyms, economic text, shortening, translation.

Постановка проблеми. В умовах сучасного прагнення світу до прискорення процесу передачі інформації, пошук шляхів для здійснення цього набуває першочергового значення. Стисле відображення подій передбачає створення нових, обмежених у кількості символів, мовних одиниць. Вони повинні бути еквівалентом до існуючих слів або словосполучень та мати зрозумілу для широкого загалу усну та письмову форми.

У сучасній економічній терміносистемі англійської мови постійно з’являються нові поняття та терміни, тому виникає

необхідність не тільки у створенні відповідних скорочень, а й аналізі їх «зручності» під час використання. А переклад власне галузевих термінів є найскладнішою проблемою сучасного перекладознавства, що зумовлюється, перш за все складної онтологією поняття «термін» [4, с. 267].

Аналіз основних досліджень і публікацій. Значний внесок у дослідження теоретичних і практичних питань щодо основних способів перекладу абревіатур акронімів та скорочень присвячено праці вітчизняних та зарубіжних науковців, зокрема О. Л. Гармаша, С. М. Єнікєєвої, Ю. А. Зацного, Х. Харта, Дж. Шеарда, О. Есперсена, Н. Н. Морозової, І. В. Арнольда, І. М. Берман та ін.

Формулювання мети. Метою статті є дослідження основних способів й особливостей перекладу абревіатур, акронімів та скорочень у англомовних економічних текстах.

Виклад основного матеріалу дослідження. Головною метою застосування абревіатур, акронімів та скорочень є економія місця й часу передачі інформації. Аналоги таких мовних одиниць широко застосовувалися у стародавній писемності. Деякі античні правила скорочень досі існують у сучасній англійській мові, яка переживає так званий «неологічний бум» [1, с. 4].

Поняття «скорочення» є ширшим за своїм значенням за поняття «абревіатура» або «акронім». Під час скорочення, від слова залишається лише його початкова частина, однак зміст не змінюється. Скорочення бувають граматичні й лексичні, які в свою чергу поділяються на абревіатури, усічення та контамінації.

Абревіатури передбачають створення нових слів шляхом складання перших літер чи складів, компонентів фрази або складного слова (наприклад *EEC (European Economic Community) – Європейська економічна спілка, EFTA (European Free Trade Association) – Європейська асоціація вільної торгівлі, IMF (International Monetary Fund) – Міжнародний валютний фонд*) [3, с. 65]. Найчастіше вони використовуються під час електронної комунікації. Друковані видання використовують абревіатури досить рідко.

Різновидом абревіатур є акроніми. Вони також утворюються за допомогою початкових літер слів, однак їх легко прочитати (наприклад *NATO* або *laser*). Незважаючи на розповсюдженість таких мовних одиниць, чітких правил їх утворення досі не існує.

Під час перекладу абревіатур, акронімів та скорочень потрібно дотримуватися чіткого алгоритму. Спочатку необхідно визначити оригінальне слово та дослідити його значення в загальному контексті шляхом аналізу та за допомогою відповідних довідкових матеріалів. Скорочення також необхідно розшифрувати. Для цього потрібно визначити жанр тексту, що перекладається. У більшості випадків тлумачення скорочення є у першому розділі. Якщо воно відсутнє, потрібно скористуватися словниками, однак більшість скорочень є новотворами та не зафіксовані довідниками. Якщо в оригіналі скорочення вживається кілька разів, перекладач може ввести у текст перекладу відповідне скорочення у дужках після подання повної форми скорочення і далі у тексті перекладу вживати відповідне скорочення українською мовою [2, с. 65].

Полегшити розуміння скорочення можуть графічні символи, якщо такі присутні. Наприклад, скісна лінія нерідко позначає кордон двох слів та/або додає інформацію до основної частини *(N/A (not applicable) – не відноситься, DCS/O (Deputy Chief of Staff, Operations) – заступник начальника штабу з оперативних питань*). Додатковим методом перекладу є використання аналогій, які спрямовані на розкриття приблизного значення скорочення та галузі його застосування.

Існує декілька способів перекладу скорочень:

1) переклад безпосередньо терміна, зашифрованого у скорочені;
2) застосування еквівалентного скорочення мови перекладу;
3) транскодування (транскрибування або транслітерування);
4) транскодування вихідної форми скорочення;
5) запозичення іншомовного скорочення;
6) описовий метод перекладу;
7) створення нового скорочення мовою перекладу.

Перший спосіб застосовується при відсутності еквівалентного скорочення у мові перекладу. Перекладач може вводити у текст власне скорочення, якщо термін використовується декілька разів (*IBC (International Business Company) – Міжнародна ділова компанія (МДК*).

Еквівалентні скорочення передбачають існування фіксованого відповідника у мові перекладу. Перекладачу потрібно тільки застосувати потрібний термін (*Q (money turnover) – обсяг товарів та послуг*).

Транскодування є методом перекладу, за яким слово передається записом його звучання складовими алфавіту мови перекладу (транскрибування) або літери однієї мови передаються літерами іншої (транслітерація). Існують також змішане (одночасне застосування транслітерації і транскрибування) та адаптивне (форма слова в вихідній мові видозмінюється відповідно до граматичних і лексичних норм мови перекладу) транскодування. Загалом, цей метод перекладу є найменш уживаним серед перекладачів.

Запозичення іншомовного скорочення використовуються для передачі алфавітно-цифрових скорочень, наприклад, різних систем позначень та індексації.

Під час описового методу поняття передається написанням його визначення (*GDP (Gross Domestic Product) – показник, що вимірюється вартістю товарів та послуг, виготовлених цими одиницями для кінцевого використання*).

Створення нового скорочення мовою перекладу доцільно коли перекладач працює в тісному контакті зі спеціалістами відповідної сфери та має обґрунтовані причини для відмови від інших методів перекладу. Введення нового поняття у термінологію передбачає подальше його використання у літературних джерелах сфери тексту перекладу.

Висновки. Активне виникнення у мові абревіатур, акронімів та скорочень зумовлене стрімким розвитком усіх сфер діяльності. Це прагнення пришвидшити процес передачі інформації та зробити її зрозумілого для більшої кількості людей. Переклад абревіатур, акронімів та скорочень передбачає володіння інформацією щодо сфери застосування тексту і контексту загалом. Під час роботи, скорочення спочатку необхідно розшифрувати. Це здійснюється шляхом аналізу початкового тексту та роботи з довідниками.

Існує декілька способів відтворення потрібного терміна у мові перекладу. Перекладач самостійно обирає доцільний метод. Найлегшим способом відтворення скорочення є застосування еквівалентного терміна у мові перекладу, оскільки для цього необхідно лише скористатися інформацією із лексикографічних джерел. Створення нового скорочення можливо лише під час співпраці з фахівцями сфери перекладу, оскільки у подальшому така мовна одиниця може стати загальновживаною.

Список використаних джерел

1. Гармаш О. Л. Збалансованість процесу поповнення словникового складу сучасної англійської мови. Вісник Мелітопольського державного педагогічного університету ім. Б. Хмельницького. Мелітополь, 2008. №1. С. 183–191.
2. Єрмоленко С. Я. Українська мова: Короткий тлумачний словник лінгвістичних термінів / С. Я. Єрмоленко, С. П. Бибик, О. Г. Тодор. Київ : Либідь, 2001. 156 с.
3. Зацний Ю. А. Розвиток словникового складу сучасної англійської мови. Запоріжжя : Запорізький держаний університет, 1998. 431 с.
4. Сухачова Н. С. Особливості перекладу термінів англомовної терміносистеми менеджменту. Науковий журнал «Молодий вчений», грудень 2017 р. № 12 (52). С. 266–270.

УДК 811.111’25’373.43:004

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛІЙСЬКИХ НЕОЛОГІЗМІВ СФЕРИ КОМП’ЮТЕРИЗАЦІЇ

А. Є. Забишна, *магістр спеціальності 035 Філологія освітня програма «Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська»*
Н. С. Сухачова, *к. філол. н., доцент – науковий керівник*

Анотація. У статті висвітлено результати дослідження способів перекладу англомовних неологізмів сфери комп’ютеризації на українську мову.

Доведено необхідність вивчення нової лексики сучасної англійської мови, яка є специфічним способом відображення змін лінгвістичної культури, на яку впливають окремі важливі фактори, а саме: комп’ютеризація, інформатизація тощо. У періоди суспільно-економічного розвитку постає питання щодо мовних змін. Воно стає одним із найважливіших у проблематиці наукових досліджень, тому що фактично відображає динаміку наукового, політичного та суспільно-економічного прогресу.

Ключові слова: лексична система мови, неологізм, термін, сфера комп’ютеризації, переклад.

Abstract. The article highlights the study results referring to the ways of neologisms translation in the field of computerization from English into Ukrainian. The study has proved the necessity of studying the new vocabulary of contemporary English, as the latter is

a specific source of reflecting changes in linguistic culture influenced by the certain important factors such as computerization and informatization. The problem of language change arises in the periods of socio-economic development. It ranks the most important ones in the field of scientific research, because it reflects the dynamics of scientific, political and socio-economic progress.

Keywords: lexical system of language, neologism, term, computerization terminology, translation.

Постановка проблеми. Проблеми неології постійно перебувають у сфері дослідження сучасної лінгвістики, теорії та практики перекладу, оскільки неологізми мають важливе значення у відображенні розвитку мови, вони віддзеркалюють підлаштування мови до умов її існування та функціонування, які в свою чергу змінюються під впливом зовнішніх факторів. Суспільні зміни є головним фактором, що впливає на появу лексичних інновацій, оскільки культурно-історичні та соціально-політичні умови життя та діяльності суспільства впливають на лексичні норми [3; 6]. Якщо враховувати той факт, що науково-технічна та економічні сфери діяльності людства забезпечують більшу частину мовозмінних стимулів, то постає потреба вивчення мовних та соціокультурних процесів комплексно на основі їх функціональної взаємодії.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Теоретичною базою дослідження стали наукові праці з неології, неографії, когнітивної лінгвістики, перекладу та лінгвокультурології (Д. С. Лихачов, А. Н. Іванов, В. І. Заботкіна, Є. В. Розен, Є. В. Юмшанова, Н. Д. Арутюнова, А. П. Бабушкин, Є. Л. Боярська, Є. В. Сенько, В. Г. Гак, В. З. Дем'янков, Є. С. Кубрякова, В. І. Карасик, В. А. Маслова, Ю. С. Степанов, В. Н. Телія, А. Н. Гарбовський, Ю. А. Зацний та ін.). Сучасні науковці розробляють теорію неології як розділ лексикології, розглядаючи неологічні номінації, виділяють методологічні платформи загальні для мови та культури, на базі якої створюються різні методи вивчення лексичних одиниць мови, які пов'язані з функцією знаків мови, культури та транслюють ментальність народу [5].

Формулювання мети. Метою нашого дослідження є визначення адекватних способів перекладу неологізмів сфери комп'ютеризації з англійської мови на українську.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасній англійській мові існує тенденція до збільшення словникового складу. Кількість неологізмів швидко зростає, різні сфери і галузі людської діяльності постійно збагачуються. Нову лексику необхідно вивчати оскільки вона є способом відображення змін лінгвістичної культури, на яку впливають певні важливі фактори, а саме: глобалізація, комп'ютеризація, інформатизація, економічні процеси і т. п.

У нашому дослідженні під неологізмом ми розуміємо слово або словосполучення, яке з'явилося в результаті будь-якого способу збагачення лексичного складу мови, за будь-якими існуючими, а також новими словотвірними моделями в останні десять років [4, с. 33]. У сучасній англійській мові існує три головних способи утворення неологізмів, а саме: фонологічний спосіб, запозичення і морфологічний спосіб. Фонологічний спосіб утворення неологізмів – це процес, коли нові слова утворюються з поєднань звуків, найчастіше з звуконаслідувальних вигуків. Здебільшого цей спосіб використовується в американському варіанті англійської мови. Запозичення також є джерелом утворення нових слів. Лексичний склад англійської мови поповнюється саме за рахунок запозичень із різних мов. Морфологічний спосіб утворення неологізмів – це утворення нових слів з морфем, що існують в мові. Таким чином, в сучасній англійській мові спостерігається використання численних способів утворення нової лексики. За статистикою, найбільш уживаними є словоскладання, афіксація та семантична деривація [2].

На сьогоднішній день дослідники розмежовують кілька механізмів утворення неологізмів в англійській мові: 1) слово створюється для назви нових реалій за стандартними моделями словотворення з морфем, які існують в англійській мові; 2) слово, що вже давно існує в мові, може набути нове значення на основі подібності нового явища до вже існуючого; 3) слово запозичується з іншої мови разом зі значенням або окремо для позначення іншого явища в даному суспільстві.

Таким чином, можна зробити висновок, що будь-яка мова – це система, що постійно розвивається, і англійська мова – не виняток. Завдяки появі нових слів, «неологізмів», активно поповнюється лексичний склад англійської мови. Неологізми поповнюють і вносять нові поняття в мову, однак створюють певні труднощі при перекладі цих лексичних одиниць. Пробле-

ма правильного осмислення та перекладу нових слів пов'язана з тим, що при сучасному технічному прогресі та розвитку суспільства ніякий словник не може встигнути за виникненням і утворенням неологізмів. Отже, щоб правильно перекласти неологізм, потрібно обов'язково враховувати контекст, в якому дане слово вживається, брати до уваги словотвірні елементи і розуміти, до якого виду належить неологізм.

Проаналізувавши наукову літературу, можна стверджувати, що неологізми є мовними елементами, які в результаті міжнародної комунікації виникають у будь-якій мові. Ці новотвори рідко можна знайти у словниках, оскільки вони швидко виникають у мові й швидко зникають з неї, або стають загальновживаними словами.

Для відтворення неологізмів засобами іншої мови, перекладач має використовувати мовні трансформації, наприклад, калькування, транслітерацію та транскрипцію, експлікацію (описовий переклад) та прийом включення. Більшість таких способів перекладу не викликають труднощі (такі як, транслітерація та транскрипція, калькування, прийом включення), проте, при перекладі за допомогою експлікації можуть виникнути труднощі з підбором еквівалентного слова, тому треба спробувати «розширювати значення слова» та шукати подібні йому слова у мові перекладу. Отже, неологізм повинен сприйматися як звичайне мовне явище, і відсутність слова у словнику не може стати перешкодою для його перекладу.

Убачаємо доцільним згадати про переваги, завдяки яким пожвавлюється комп'ютеризація різних галузей діяльності людини, у рамках яких з'являються неологізми, що стали об'єктом нашого наукового дослідження, оскільки ці екстралінгвальні фактори здійснюють вагомий уплив на семантичні та структурні характеристики новотворів. Нова інформаційна епоха демонструє глобальні переваги, які визначають розвиток сучасного суспільства і людини. У ході міжмовних контактів був вироблений ряд шляхів передачі неологізмів, ці шляхи є релевантними для неологізмів досліджуваної нами сфери.

1. Передача неологізмів за допомогою транслітерації і транскрипції. Спосіб транслітерації полягає в тому, що за допомогою українських літер передаються літери, що входять до складу англійського слова. Застосування транскрипції в перекладі полягає в передачі українськими літерами не орфогра-

фічної форми, а звучання англійського слова, наприклад: *Digitalia* – «діджиталія» або «усе, пов'язане з комп'ютерами та цифровими технологіями»; *Web-browser* – «веб-браузер».

2. Переклад неологізмів за допомогою калькування полягає у заміні складових частин, морфем або слів оригіналу їх лексичними відповідниками в мові перекладу, наприклад: *Cyberplague* – «кіберчума»; *Cyberspase* – «кіберпростір»; *Webscam* – «електронне шахрайство».

3. Описовий переклад здійснюється різними способами. Розглянемо приклади: *Telelearning, teleschooling, teleeducation* – «дистанційне навчання через Інтернет». Розглянутий на цьому прикладі спосіб описового перекладу в лінгвістичній літературі називають ще пояснювальним. Перекладач не просто знаходить еквівалент, а робить спробу тлумачення слова, щоб іншомовний реципієнт зрозумів значення, відповідно до відомих йому реалій. Наприклад: *Attention economics* – англійський тлумачний словник дає нам таке визначення: «*An economic model based on the expanding amount of available information and the static amount of attention consumers can devote to that information*». Тобто, без сумніву, найкращім способом перекладу буде пояснювальний. Переклад буде таким: «економічна модель, основою якої є поширення інформації»; *Netiquette* (*net* + *etiquette* = *netiquette*) – «загальноприйняті правила спілкування або розташування інформації в Інтернет» або просто «неформальні правила користування мережею Інтернет».

Пояснювальний переклад, на думку Воробйової М. В. та Шаповалової А. І., схожий на тлумачення слова, але він все ж залишається перекладом і придатний для використання в реальному тексті [1, с. 58].

Отже, процес перекладу неологізмів з англійської мови на українську проходить у два етапи: 1) пошук «реалії» для з'ясування значення; 2) власне переклад засобами української мови: транслітераціячи транскрипція, калькування, описовий, пояснювальний переклад та інші.

Висновки. Ми дійшли висновку, що при перекладі неологізмів сфери комп'ютеризації з англійської мови на українську найчастіше використовується такий прийом як описовий переклад. У нашій роботі кількість досліджуваних неологізмів, які перекладаються описово склав 75 % від загальної кількості, в той час як 25 % припадає на інші види перекладу. Отримані

результати не вичерпують порушеної проблематики. Перспектива дальших досліджень вбачається у практичному застосуванні зазначених способів перекладу при передачі англомовних неологізмів сфери комп'ютеризації на українську мову та дослідження інших перекладацьких способів та прийомів.

Список використаних джерел

1. Воробйова М. В., Шаповалова А. І. Способи перекладу неологізмів сфери комп'ютеризації економічної діяльності людини з англійської мови на українську. Нова філологія. 2014. № 63. С. 56–59.
2. Пікуш О. І. Фонологічні неологізми в англійській мові: специфіка їх утворення. Проблеми гуманітарних наук. 2014. №34. С. 158–166.
3. Слаба О. В. Актуальні проблеми розвитку неологічної лексики в сучасній німецькій мові. Науковий вісник кафедри ЮНЕСКО Київського національного лінгвістичного університету. Філологія, педагогіка, психологія. 2014. Вип. 29. С. 110–114.
4. Сухачова Н. С. Структурно-семантичні й лінгвокогнітивні параметри англомовної терміносистеми менеджменту : дис. … канд. філол. наук : 10.02.04. Харків, 2014. 278 с.
5. Чумак Л. М. «Нові» слова як особливість розвитку сучасної англійської мови. Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. 2006. № 27. С. 229–231.
6. Шутова М. О. Неологізми в сучасній англійській мові. Науковий вісник кафедри ЮНЕСКО Київського національного лінгвістичного університету. Філологія, педагогіка, психологія. 2010. Вип. 21. С. 79–85.

УДК 81'25:82-311.2(045)

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ РЕАЛІЙ В ХУДОЖНІХ ТВОРАХ

О. С. Іванов, *магістр спеціальності 035 Філологія освітня програма «Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська»*
Н. С. Сухачова, *к. філол. н., доцент – науковий керівник*

Анотація. У статті розкривається зміст поняття «реалія» та описуються основні характеристики реалій. Головне завдання дослідження є виявлення особливостей перекладу реалій, які використовуються у художніх творах. У статті також пропонується класифікація можливих способів перекладу реалій.

Автор переконаний, що будь-який переклад на іншу мову дає можливість виявити додаткові смисли, приховані в реаліях тексту, які можуть вказувати на особливості лінгвокультури народу.

Ключові слова: реалія, перекладач, переклад, перекладознавство, художній твір.

Abstract. The article reveals the meaning of the concept of "realia" and describes the main characteristics of realia. The main goal of this article is to investigate the peculiarities of the translation of realia used in the works of fiction. A classification of the ways of realia translation is proposed in the article. The author notes that any translation from one language into another gives the opportunity to discover additional meanings that are embodied in the realia of the text and can serve as a source of linguocultural characteristics of the people.

Keywords: realia, translator, translation, translation studies, work of fiction.

Постановка проблеми. Проблема перекладу реалій художнього твору вважається однією з найголовніших та найскладніших у міжкультурному аспекті перекладу та дослідженнях національно-культурної специфіки мов. Переклад виступає як засіб розуміння національних мов і культур, даючи імпульси для їхнього саморозвитку й водночас зберігаючи їх від надмірного іншомовного впливу. Перекладаючи художній текст з іноземної мови, що зазвичай змальовує національно-культурні стереотипи людських відносин, звичаїв та подій, перекладачу необхідно використовувати широкий спектр ресурсів, методів та прийомів роботи з іншомовним текстом, мати глибокі знання із усіх аспектів життя іншомовного суспільства, постійно розвиватися. Саме тому наше дослідження спрямоване на ґрунтовний огляд необхідних якостей та вмінь, якими повинен володіти перекладач для адекватної передачі реалій художньої літератури мовою власного народу.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Дослідженням реалій лінгвісти почали займатися порівняно недавно, лише у 40-х роках XX століття. Однак, аналіз наукових робіт доводить, що проблемі дослідження та перекладу реалій присвячено досить вагомі праці вітчизняних та зарубіжних науковців, зокрема Л. Н. Соболєва, Г. В. Чернова, Г. В. Шаткова, С. І. Влахова та С. П. Флоріна, Г. Д. Томахіна, Р. П. Зорівчак, В. Н. Коміссарова,

А. В. Федорова, Ю. О. Осіпової, К. Ю. Кіяниці, О. В. Ребрія та інших.

Формулювання мети. Метою нашої статті є дослідження поняття «реалія», особливостей та способів перекладу реалій, які зустрічаються в художніх творах.

Виклад основного матеріалу дослідження. Лексика, що характеризує етнокультурну специфіку певного народу, його історію та культуру, вже довгий час привертає увагу як мовознавців, так і перекладознавців. Саме слово «реалія» походить від множини латинського прикметника середнього роду *realis,-e*, мн. *realia* – «речовинний», «дійсний», яке вже потім перетворилося на іменник жіночого роду під впливом аналогічних лексичних категорій.

Про реалії, як про носіїв колориту, конкретних елементів національної своєрідності, почали говорити на початку 40-х років XX століття. У перекладознавчих працях слово «реалія» як термін вперше було вжито А. В. Федоровим у 1941 році. Характеризуючи перекладацьку працю, Зорівчак Р. П. стверджує, що це «діяльність, яка вимагає певних знань, не тільки практично мовних, а й літературознавчих і історико-лінгвістичних, не кажучи вже про необхідність широкого культурного світогляду, що дозволяє ... усвідомити всі особливості соціальних умов... історичні і географічні реалії і та ін.» [2, с. 23].

Найповніше з усіх науковців питання реалій висвітлює Р. П. Зорівчак, на яку посилаються майже всі сучасні дослідники. Вона досліджувала питання реалій ґрунтовно та поглиблено, запропонувавши наступне визначення «реалії» у своїй праці «Реалія і переклад (на матеріалі англомовних перекладів української прози)» (1989) : «Реалії – це моно- і полілексемні одиниці, основне лексичне значення яких вміщає (в плані бінарного зіставлення) традиційно закріплений за ними комплекс етнокультурної інформації, чужої для об’єктивної дійсності мови-сприймача» [1, с. 58]. Ми поділяємо точку зору Р. П. Зорівчак й беремо це визначення за основне у нашому дослідженні. Слова-реалії є невід’ємною частиною будь-якої мови, вони змальовують особливі поняття для окремих сфер діяльності або буття людини, деякі специфічні матеріальні предмети. Реалії є відображенням специфічної картини світу людей. Для перекладу цих одиниць необхідно добре знати культуру та історію користувачів мови, мати фонові знання для більш

повного розкриття значень реалій і забезпечення їх адекватного розуміння реципієнтом.

Переклад художнього твору, або художній переклад, завжди мав свої особливі відмінності, у порівнянні зі звичайним перекладом, в якому важливим є точність та адекватність мовних відповідників. Художній же переклад спрямований на передачу змісту тексту, його тематичної спрямованості, ідеї, стилістичних особливостей, тощо, художній переклад визначають як «вид словесної творчості, внаслідок якої тексти, написані однією мовою, відтворюється засобами іншої лінгвальної системи» [5]. На думку М. Г. Шемуда, будь-який переклад відображає властивості комунікативного процесу, оскільки він завжди створюється у певному контексті для певного адресата, виходячи із поставлених автором цілей, з урахуванням особливостей каналу передачі і зворотного зв'язку [5]. Втім, художній переклад має справу не з комунікативною функцією мови, а з естетичною, а перекладач є співтворцем оригінального автора твору.

О. В. Ребрій у своїй монографії «Сучасні концепції творчості у перекладі», підсумовує усі розглянуті нею праці перекладознавців, що вивчали процес перекладу безеквівалентної лексики та визначає цей процес як «творчий акт потрійної природи» [3, с. 144], при якому перекладач майже миттєво виконує три наступні дії:

1) інтерпретує одиницю (творчість як тлумачення), тобто або впізнає, або ідентифікує (якщо був незнайомим) за допомогою довідкових джерел;

2) приймає рішення стосовно вибору способу перекладу (творчість як варіативність);

3) формує – спочатку у внутрішньому лексиконі, звідки потім переносить у текст перекладу і, потенційно, у мову перекладу – іншомовний відповідник (творчість як власне мовотворчість) [3, с. 144].

Втілюючи вище зазначені дії, перекладач обирає необхідний варіант перекладу реалії, відповідно до його власних особистих вподобань. Якщо раніше цей процес відбувався інтуїтивно, то наразі існують певні чітко визначені прийоми передачі слів-реалій на рідну мову перекладача.

Проаналізувавши роботи науковців-перекладознавців та згрупувавши їх за деякими спільними ознаками, ми представили наступну класифікацію способів перекладу реалій:

1. Передача «без перекладу» – транскодування – транскрипція та транслітерація.

Транскрипція – передача реалій через запис їх звучання графемами мови перекладу, які співпадають із мовою-оригіналом.

Транслітерація – передача графічної форми слова мови-оригіналу, шляхом відтворення її графічної форми за допомогою букв мови перекладу.

2. Переклад реалій – повний, частковий, описовий та ін.

Калькування – іншомовні реалії передаються за допомогою заміни їх складових частин – морфем, або слів – їхніми прямими лексичними відповідниками в мові перекладу. Часто використовується і *напівкалькування*, запозичення слів та виразів, які складаються частково з елементів вихідної мови, частково з елементів мови перекладу.

Описовий переклад або *дескриптивна перифраза* – полягає в розкритті значення реалії мови-оригіналу за допомогою розгорнутих пояснень, що розкривають суть позначуваного даною лексичною одиницею явища.

Метод уподібнення – відтворення семантико-стилістичних функцій реалії мови-джерела іншомовним *функціональним аналогом* – реалією мови перекладача.

Гіперонімічне перейменування – це такий спосіб перекладу, при якому видове поняття мови-джерела передається родовим мови-сприймача.

Контекстуальний переклад – зазвичай є протилежним прямому перекладу, при якому переклад реалії можливо виконати лише з огляду на контекст.

Вирішальним при виборі між транскодуванням та перекладом реалії є та роль, яку вона відіграє в змісті художнього твору, яскравість її колориту, тобто міра її висвітлення в контексті, наявність аналогу в мові перекладача, ступінь її поширеності й частотності вживання в мові оригіналу. Взагалі, на нашу думку, переклад реалій це питання майстерності перекладача, оскільки у кожному конкретному випадку перекладач обирає доречний спосіб передачі реалії, в залежності від рівня його обізнаності з культурою, традиціями, історією, географією та ін., і чим глибші ці знання, тим більше реалій перекладач зможе побачити в іншомовному тексті, адже професійну компетенцію перекладача складають не лише теоретичне та практичне володіння мовою, й цілий ряд екстралінгвістичних факторів.

Висновки. У нашому дослідженні, ми дійшли висновку, що реалія має надзвичайно змістовну семантичну насиченість, адже зазвичай вона є національно маркованою, особливою лексичною одиницею, притаманною певній конкретній країні або нації. У соціолінгвістичному аспекті реалія відображає специфічну картину світу людей, що розмовляють певною мовою, адже реалії – це поняття, які називають явища, предмети, об'єкти, притаманні для життя, побуту, культури, соціального та історичного розвитку одного народу і незрозумілі для іншого. Саме тому, переклад реалій, які використовують у художніх творах письменники, – це надзвичайно складна робота. Перекладач має бути обізнаним у культурі, історії, економіці, суспільно-політичному стані користувачів мови, якою написаний певний твір. Тобто перекладач повинен мати додаткові знання для більш повного розкриття значень реалій і забезпечення їх адекватного розуміння реципієнтом.

Список використаних джерел

1. Зорівчак Р. П. Реалія і переклад (на матеріалі англомовних перекладів української прози). Львів : Вид-во при ЛДУ, 1989. 216 с.
2. Зорівчак Р. П. Статус реалії як перекладознавчого терміна / Теория и практика перевода. Київ, 1985. 232 с.
3. Ребрій О. В. Сучасні концепції творчості у перекладі : монографія. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2012. 376 с.
4. Ребрій О. В. Філософське осмислення творчої природи перекладу. Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер.: Лінгвістика. Херсон : ХДУ, 2011(в). Вип.14. С. 286–291.
5. Шемуда М. Г. Художній переклад як важливий чинник міжкультурної комунікації. Наукові записки Ніжинського державного університету ім. Миколи Гоголя. Серія: Філологічні науки. 2013. Кн. 1. С. 164–168.

УДК 81'25:[659.123+791.641.5]:[811.111+811.161.2]

ПЕРЕКЛАД КІНОТРЕЙЛЕРІВ ДО АНГЛОМОВНИХ ФІЛЬМІВ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

О. В. Лобач, *магістр спеціальності 035 Філологія освітня програма «Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська»*
Т. Г. Король, *к. пед. н., доцент – науковий керівник*

Анотація. У цій статті проаналізовано лінгвістичний та перекладознавчий аспекти англомовного тексту кінотрейлера

загалом та представлено специфічні особливості його перекладу українською мовою, зокрема. З'ясовано поняття «кінотрейлер» та визначено методи й прийоми, що використовуються при його перекладі. У текстах кінотрейлерів широко використовується ряд стилістичних прийомів, а саме: рима, алюзія, алітерація, гіпербола, метафора, персоніфікація та інші. З метою їх адекватного відтворення при перекладі тексту кінотрейлера з англійської на українську мову застосовують низку перекладацьких прийомів, а саме: антонімічний переклад, додавання та опущення.

Ключові слова: реклама, кінотрейлер, рима, алюзія, алітерація, гіпербола, метафора, каламбур, перестановка, антонімічний переклад, додавання, опущення, дублювання, субтитрування.

Abstract. This article analyses the linguistic and translational aspects of the English-language ad trailer, in general, and considers its translation peculiarities into Ukrainian. We have clarified the definition of trailer and determined the techniques used for its translation. Trailer texts widely use a number of stylistic devices, namely: rhyme, allusion, alliteration, hyperbole, metaphor, personification, etc. To render them adequately at trailer text translation from English into Ukrainian, a number of translation techniques are used, including antonymic translation, addition and omission.

Keywords: advertising, trailer, rhyme, allusion, alliteration, hyperbole, metaphor, pun, transposition, antonymous translation, addition, omission, dubbing, subtitling.

Постановка проблеми. Проблема перекладу кінотрейлерів з англійської мови на українську є надзвичайно актуальною у зв'язку з підвищенням на вітчизняному ринку перекладацьких послуг попиту на переклад рекламної продукції в галузі кінематографу, що, у свою чергу, супроводжується сумною тенденцією до зниження його якості. Це пояснюється цілою низкою факторів, починаючи зі значної кількості нових фільмів та кінотрейлерів до них, які необхідно перекласти якнайшвидше, і закінчуючи особливостями власне кінотексту. Його додаткові труднощі для перекладачів пов'язані з поєднанням ознак усного і письмового перекладу, необхідністю приділяти увагу довжині реплік та дотриманню так званих часових обмежень, збереженню єдності плану вираження і плану змісту.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Дослідженню різних аспектів перекладу кінотекстів та трейлерів до них

присвячені дисертації А. Антропової, Т. Пшонкіної, М. Снєткової; монографії В. Горшкової, Ю. Лотмана, Г. Слишкіна, а також статті В. Конкульовського, В. Демецької (у співавторстіві з О. Федорченко), Я. Кривонос та ін.

Формулювання мети. Мета статті полягає у визначенні переліку перекладацьких прийомів, необхідних для еквівалентного та адекватного відтворення стилістичних прийомів, що використовуються в тексті англомовного кінотрейлера, українською мовою.

Виклад основного матеріалу дослідження. Кінотрейлер – один із різновидів реклами, відеоролик, який складається з коротких і, зазвичай, найбільш видовищних уривків фільму для його анонсування або реклами. Отже, це відеоряд з незв'язаних уривків і сцен, поданих за принципом калейдоскопа, що дуже швидко змінюють одна одну. Вони швидше справляють емоційне враження на глядача, ніж залишають чітке осмислене уявлення про фільм.

Для досягнення бажаної реакції аудиторії мова тексту рекламного повідомлення насичена різноманітними стилістичними засобами. Найпоширенішим серед яких є рима, що складається з повторень римованих слів. Особливо ефективно римовані фрази використовуються в гаслах. Наприклад: *Release the peasants! – She must mean pheasants, yes? – (Селяни – фазани).*

Алюзія – це стилістична фігура, яка містить явне посилання або виразний натяк на певний літературний, історичний, міфологічний або політичний факт, закріплений у текстовій культурі чи розмовній мові.

Наприклад: *Different scents for different gents – Різні аромати для різних чоловіків.*

Алітерація – стилістичний прийом, що передбачає повторення однакових приголосних звуків із метою підсилення виразності мови, створює мелодику у тексті реклами, надає йому звучності. Наприклад: *Fresh. Fast. Fabulous. – Свіжий. Спритний. Сенсаційний.*

Гіпербола служить для посилення виразності і підкреслення сказаного шляхом наділення його дещо перебільшеними якостями. Наприклад: *The best of all worlds – Найкращий в усьому світі.*

Метафора пробуджує уяву, за рахунок прихованого порівняння позначуваного об'єкта з іншим на основі спільності певних рис чи ознак.

Наприклад: *A taste of paradise – Райська насолода.*

Часто вживаною є також гра слів або каламбур, що заснований на комічному обігруванні слів. Наприклад: *Boost your colour. Go from mousy to glossy – Зробіть колір більш насиченим. Змініть сірий на яскравий.*

У тексті реклами загалом й кінотрейлера – зокрема, активно вживаються дієслова в наказовому способі: *buy – купуй, try – спробуй, ask – запитай, get – отримай, see – побач, call – подзвони, feel – відчуй.*

Щоб привернути увагу потенційного споживача до високої якості продукту, в оригінальних текстах використовуються:

а) прикметники із зазначенням оцінки на максимальному рівні: *fabulous, different, sensational, exceptional*;

б) префікси інтенсивності: *ultra, multi, super, extra, hyper*;

в) особові і присвійні займенники: *Live in* ***your*** *world, play in* ***ours*** *– У* ***своєму*** *світі живи, у* ***нашому*** *– грай; Because* ***you*** *are worth* ***it*** *– Адже* ***ви цього*** *варті.*

Відтворення вищезазначених стилістичних прийомів при перекладі вимагає застосування низки перекладацьких прийомів.

Однією з них є перестановка, яка передбачає переміщення лексичних одиниць у висловлюванні, що дозволяє використовувати найближчий відповідник слову мовою оригіналу в іншому місці висловлювання, якщо з яких-небудь причин її не можна вжити в тій позиції, у якій вона знаходиться в тексті оригіналу.

Наприклад: *I`m about to embark on a concert to work* ***in the Deep South.*** *– Я збираюсь* ***на південь штатів*** *з концертним туром.*

Також використовуються різноманітні лексичні та граматичні заміни. Однією з таких трансформацій є антонімічний переклад. Він полягає у трансформації стверджувальної конструкції в заперечну і навпаки зі збереженням змісту вихідного повідомлення під час перекладу.

Наприклад: *This gentleman says that* ***I'm not permitted*** *to dine here. – Даруйте, цей чоловік повідомив, що* ***мені заборонено*** *тут вечеряти.*

Додавання використовується для того, щоб зрозуміло та експліцитно представити зміст тексту оригіналу засобами мови перекладу.

Наприклад: *We bring him to this world and here to Scotland and to England. – Я народжу наступника і шотландської, й англійської корони.*

Опущення передбачає відмову від передачі семантично надлишкових слів, значення яких легко відновлюються з контексту, а в нашому випадку – й з відеоряду.

У зв'язку зі стрімкими темпами розвитку кіноіндустрії у сучасному світі, попит на переклад кінофільмів та трейлерів як похідного рекламного продукту стрімко зростає. Характеризуючи трейлер до кінофільму як специфічний об'єкт перекладу, варто згадати його функцію як рекламного продукту й форми та змісту як власне художнього кінотвору.

До основних способів кіноперекладу належать дублювання та субтитрування. Під час дублювання оригінальний звуковий ряд змінюється і глядачі мають змогу почути, як актори розмовляють потрібною мовою. У дублюванні важливо, щоб кожна перекладена репліка синхронізувалася з рухами акторів. Субтитрування – це створення субтитрів іноземною мовою, що з'являються внизу екрану та співпадають з губними змиканнями акторів у кожному кадрі. До основних принципів кіноперекладу належать такі: синхронізація, розмовність і природність, а також розбірливість.

При виконанні кіноперекладу, зокрема перекладу трейлерів до кінофільмів, спеціалісти часто зіштовхуються з низкою труднощів, до яких належать дуже стислі строки виконання замовлення, переклад зниженої й розмовної лексики, проблема безеквівалентності, у тому числі й під час перекладу реалій.

Висновки. Отже, трейлер – відеоролик, який складається з коротких і зазвичай найбільш видовищних уривків фільму для його анонсування або реклами. Для рекламної мови загалом є характерним задіяння рими, алюзії, алітерації, синтаксичного паралелізму повідомлень, вживання неологізмів, гіпербол, метафор, персоніфікації та інших стилістичних прийомів. Розвиток кіноіндустрії спричинив зростання попиту на переклад кінофільмів та трейлерів. Основними способами кіноперекладу вважають дублювання та субтитрування, які вимагають застосування певних перекладацьких стратегій і прийомів для їх реалізації,

з одного боку, та паралельного відтворення зазначених особливостей – з другого.

Список використаних джерел

1. Батицька А. А. Стилістичні семасіологічні ресурси англомовної реклами / А. А. Батицька // Сучасні філологічні дослідження та навчання іноземної мови в контексті міжкультурної комунікації: Збірник наукових праць ; за заг. ред. В. В. Жуковської, О. А. Черниш. – 2014. – № 1. – С. 34–38.
2. Долженкова С. Г. К вопросу о переводе рекламных слоганов: их структурно-стилистические и семантические особенности / С. Г. Долженкова // Учен. зап. регионального открытого социального ин-та. – Курск, 2005. – Вып 6. – С. 52–60.
3. Каламбур [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.k12reader.com/term/pun/.
4. Кривонос Я. Нормативні проблеми українського перекладу американської кінопродукції / Я. Кривонос // Лінгвістика : зб. наук. пр. № 1 (19) – Луганськ : ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2010. – С.176–181.
5. Dries J. Dubbing and Subtitling: Guidelines for Production and Distribution / J. Dries. – Manchester : The European Institute for the Media, 1995. – 73 p.
6. Kolodina E. A. The status of film dialogue among the related concepts: film dialogue, film text, film discourse / E. A. Kolodina. – Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского, 2013. – С. 7.
7. Venuti L. Strategies of Translation / L. Venuti // Routledge Encyclopedia of Translation Studies. – London and New York : Routledge, 1998. – P. 240–244.

УДК 143.21-933

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ НА УКРАЇНСЬКУ МОВУ СУЧАСНОЇ АНГЛІЙСЬКОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ ЕКОНОМІЧНОЇ СФЕРИ

А. В. Ставицька, *магістр спеціальності 035 Філологія освітня програма «Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська»*
В. В. Стеценко, *к. е. н., доцент – науковий керівник*

Анотація. У статті розглянуто особливості перекладу англомовних термінів зі різних галузей економіки на українську мову. Автори переконані, що спосіб перекладу економічних термінів залежить від галузі, до якої він належить. Суцільна вибірка

таких лексичних одиниць доводить, що для термінів із галузей фінансів, торгівлі, податків та бухгалтерії провідним способом перекладу буде калькування. Для перекладу з галузі криптоіндустрії домінувальним при відтворенні українською мовою буде спосіб транскрибування. Для здійснення адекватного перекладу економічних термінів перекладач повинен володіти спеціальними знаннями з різних галузей економіки.

Ключові слова: економічні терміни, фінансові терміни, торгівельні терміни, податкові терміни, терміни криптоіндустрії, переклад.

Abstract. The study considers the peculiarities for English – Ukrainian translation of terms widely used in different branches of economy. The authors are convinced that the translation method of economic terms depends on the industry it belongs to. A continuous sample of such lexical items proves that for terms from the field of finance, trade, taxes and accounting the leading method of translation is tracing. The transcription method will be dominant for translation in the crypto industry when reproducing Ukrainian language. To adequately translate economic terms, the translator must have special knowledge of various sectors of the economy.

Keywords: economic terms, financial terms, trade terms, tax terms, crypto industry terms, translation.

Постановка проблеми. Сьогодення розвитку нашої держави визначає її залежність від світової економіки. Вихід українського бізнесу на міжнародний рівень неможливий без перекладу текстів економічної тематики, наприклад, договорів, актів, різноманітних документів тощо. «Економічний переклад» є зараз у великому попиті в міжкультурній комунікації. Це обумовлено широким розвитком зв'язків між різними державами, появою зон «вільної торгівлі» та іншим глобальним процесам, які характеризують міжнародну сферу економіки. Економічна термінологія англійської мови активно входить до лексичного складу сучасної української мови, хоча переважна більшість таких слів вимагає перекладу та інтерпретації. Такі потреби, в свою чергу, зумовлюють необхідність підготовки висококваліфікованих перекладачів, обізнаних із економічною термінологією. Переклад економічного тексту вимагає від перекладача не лише володіння мовою, а й спеціальних знань із економічної теорії, менеджменту, маркетингу, реклами, розуміння специфічної термінології. Як відомо економіка також

включає в себе різноманітні сфери діяльності: промислове та сільськогосподарське виробництва, торгівля, біржова справа, логістика, банківська діяльність тощо. Кожна галузь економіки має свою специфічну термінологію, яка вимагає точного перекладу, враховуючи економічні, юридичні, політичні та навіть культурні реалії країни. У більшості випадків перекладачі намагаються віднайти еквівалент у нашій мові, хоча часто це буває неможливим, оскільки багато економічних термінів «зайшло» в українську мову зовсім недавно, крім того, їх не завжди вдається «зіставити» з економічними реаліями нашої країни.

Ми поставили собі за **мету** – дослідити найпоширеніші способи перекладу економічних термінів з англійської мови на українську. На початку нашої роботи ми висунули гіпотезу, що при відтворенні економічних термінів, спосіб їх перекладу буде залежати від економічної сфери, до якої належить термін. Ми проаналізували способи перекладу фінансових, торгівельних, податкових, бухгалтерських, криптоіндустріальних та інших термінів.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Теоретичну базу нашого дослідження визначили праці відомих теоретиків та практиків перекладу: В. Н. Коміссарова [4], О. О. Іванова [3], О. В. Суперанської [6], Л. С. Бархударова [1]; сучасних українських дослідників: О. В. Ребрія [5], Ю. А. Зацного [2]; над практичними проблемами в галузі сучасного перекладу з англійської та німецької мов на українську працюють також науковці, викладачі кафедри української, іноземних мов та перекладу Полтавського університету економіки і торгівлі В. В. Стеценко, О. Ю. Тупиця [7, 8].

Виклад основного матеріалу дослідження. Наше наукове дослідження стосувалося вибірки та опрацювання фактичного матеріалу. Ми підібрали та опрацювали публікації (тексти оригінали та переклади) таких англомовних видань: Bloomberg, The New York Times, the National Interest, Intellinews, Forbs, Council on Foreign Relations, Atlantic Council, Los Angeles Times та здійснили аналіз 50 термінів із галузі фінансів, 50 – податків, 50 – бухгалтерія, 50 – торгівля, 50 – криптоіндустрія.

Ми переконалися, що спосіб перекладу економічних термінів залежить від галузі, до якої він належить. Так, для термінів із галузей фінансів, торгівлі, податків та бухгалтерії провідним способом перекладу буде калькування. Для перекладу з галузі

криптоіндустрії домінувальним при відтворенні українською мовою буде спосіб транскрибування. Переклад термінів із уже «засвоєних» нашим суспільством сфер економічної діяльності здійснюється різноманітними способами. Провідними серед них є: калькування, транскрипція, описовий переклад, конкретизація. Але терміни економічних сфер, які нещодавно з'явилися (наприклад, криптоіндустрія), перекладають за допомогою лише двох прийомів: калькування та транскрипція.

Фінансові терміни – лексичні одинці, пов'язані з діяльністю фінансових органів, спрямованих на утворення, розподіл та використання фінансових ресурсів для реалізації завдань із забезпечення господарського та соціально-економічного розвитку країни (брокерська діяльність, ринок цінних паперів, рефінансування, дефолт, консалтингова компанія тощо). Наприклад, у статі американського журналу The American conservative «Why Trump's Commerce Secretary Wants You to Focus on Russia» (08.11.2017 р.) описується шкода від офшорів. Наявність офшорів (офшорних компаній) допомагає недоотримати значну частину податків, які можливо було б спрямувати на відбудову чи розвиток інфраструктури країни: *«We'll assume that a similar percentage of the estimated $10 trillion held* ***offshore*** *is controlled by U.S. corporations and American citizens. That is equal to $2.5 trillion. Let's also assume that the $2.5 trillion earns 10 percent interest annually, meaning it generates $250 billion in income». (The American conservative, Why Trump's Commerce Secretary Wants You to Focus on Russia, November 8, 2017).* Цей термін з'явився у нашій мові порівняно недавно, *offshore* – ми й перекладаємо як офшори чи офшорна компанія.

Торгівельні терміни – лексичні одинці, що визначаються практикою торгівлі (вендинг, бренд, лид, мерчандайзинг, франшиза тощо). Наприклад, у журналі Project-syndicate стаття «How Britain Lost Its Cool» від 4 жовтня 2017 року: *«I had a walk-on part in that moment of British national revival. In the re-port BritainTM: Renewing Our Identity, I proposed a strategy of national* ***rebranding*** *that was picked up by the new Labour government under Prime Minister Tony Blair. The idea was to rethink the idea of Britishness, and then reintroduce Britain to the world».* Термін *rebranding* – комплекс заходів, пов'язаних зі змінами бренду чи його складових: логотипу, девізу, зовнішньої оболонки, марку-

вання тощо, на українську мову перекладається за допомогою транскрипції: *ребрендінг.*

Податкові терміни – лексичні одиниці, пов'язані з заходами держави в галузі оподаткування, податкового регулювання та контролю (податкова декларація, податкові пільги, податок на додаткову вартість, прямі податки тощо). Наприклад: *«A draft bill released this month would introduce a new top bracket for* ***income tax****. It would also lift the rate for companies with an annual income of more than 500 million shillings ($4.9 million) to 35 percent, the highest in the region, and boost the levy on capital gains to 20 percent from 5 percent».* У даному уривку з журналу Bloomberg, стаття від 31 травня 2018 року, «Big Four Spending Splurge Pushes Kenya to Bet on Tax Hikes», ужито податковий термін *income tax*, який у нашій мові перекладається описово й використовується відповідник «податок з прибутку» як для юридичних, так і для фізичних осіб.

Терміни криптоіндустрії – лексика, пов'язана зі створенням та функціонуванням цифрової валюти, яку створили й контролюють криптографічними методами. Наприклад: журнал Bloomberg, стаття «$2.3 Billion in Losses Highlights Crypto's Moral Hazard» від 11 червня 2018 року: *«True believers are convinced that Bitcoin and its siblings will overthrow* ***fiat currencies*** *and the existing structures to which they're attached. At their most basic level though, Bitcoin, Ether and the hundreds of other altcoins are simply products».* У даному прикладі помічаємо термін *fiat currencies,* який перекладають українською мовою як фіатні гроші. У цьому прикладі спостерігаємо прийом напівкалькування. Фіатні гроші на мові «криптовалютників» називають засоби платежу, які дозволяє влада. При цьому слово *fiat (вказівка зверху)* – пояснює трактування для перекладу, але перекладачі не використовують його, а транскрибують.

Висновки. Працюючи з текстами економічної тематики, перекладач повинен дотримуватися певних правил, що стосується відтворення іншомовної термінології, для збереження інформації на лексичному, граматичному, стилістичному рівнях, а також – відтворення прагматичної функції тесту. Досягнення такого завдання можливе лише за умови адекватного перекладу, що вимагає від перекладача умінь здійснювати міжмовні трансформації. Текст-переклад за усіма своїми характеристиками й параметрами повинен відповідати оригіналу, бути максимально

адаптованим для сприйняття цільовою аудиторією. Еквівалентні запозичення не завжди можуть бути застосованими при перекладі.

Список використаних джерел

1. Бархударов Л. С. Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода). Москва : Междунар. отношения, 1975. 240 с.
2. Зацний Ю. А. Основи неології та практики перекладу неологізмів : навч. посіб. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2013. 350 с.
3. Иванов А. О. Английская безэквивалентная лексика и ее перевод на русский язык : учеб. пособие. Ленинград : ЛГУ, 1985. 95 с.
4. Комиссаров В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты) : учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. Москва : Высш. шк., 1990. 253 с.
5. Ребрій О. В. Сучасні концепції творчості у перекладі : монографія. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2012. 376 с.
6. Суперанская А. В. Общая теория имени собственного. Москва : Наука, 1973. 76с.
7. Стеценко В. В., Тупиця О. Ю. Функції безеквівалентної лексики в поетичному тексті (оригіналі та перекладі) // Мова і міжкультурна комунікація : Збірник наукових праць. Випуск 2. Полтава : Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі», 2019. С. 237–251.
8. Тупиця О. Ю. Стеценко В. В. Концептуальне значення безеквівалентної лексики в поетичному тексті-перекладі // Materiały XVI Międzynarodowej naukowi-praktycznej konferencji «Naukowa przestrzeń Europy – 2020»: Nauka i studia. T. 7. 2020. C. 24–26.

Наукове видання

ЗБІРНИК НАУКОВИХ СТАТЕЙ МАГІСТРІВ

НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ БІЗНЕСУ ТА СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Головна редакторка *М. П. Гречук*
Комп'ютерне верстання *О. С. Корніліч*

Формат 60х84/16. Ум. друк. арк. 17,1.
Тираж 30 пр. Зам. № 147/1919.

Видавець і виготовлювач
Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»,
к. 115, вул. Коваля, 3, м. Полтава, 36014; ☎(0532) 50-24-81

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру видавців, виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції ДК № 3827 від 08.07.2010 р.