

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ РОЗВИТКУ НАУКИ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ У ХХІ СТОЛІТТІ

ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ

XLIV Міжнародної наукової студентської конференції за підсумками
науково-дослідних робіт студентів за 2020 рік

(м. Полтава, 30–31 березня 2021 року)

Частина 1

Полтава
2021

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

*Присвячується 60-річчю
Вищого навчального закладу Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»*

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ РОЗВИТКУ НАУКИ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ У ХХІ СТОЛІТТІ

ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ

XLIV Міжнародної наукової студентської конференції за
підсумками науково-дослідних робіт студентів за 2020 рік

(м. Полтава, 30–31 березня 2021 року)

Частина 1

**Полтава
ПУЕТ
2021**

УДК 001:378.014.61"21"(477.53)(082)
А43

Розповсюдження та тиражування без офіційного дозволу Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі» заборонено

Редакційна колегія:

О. В. Манжура, д. е. н., доцент, проректор із науково-педагогічної роботи Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі» (ПУЕТ);

К. Ю. Вергал, к. е. н., доцент, директор Навчально-наукового центру забезпечення якості вищої освіти ПУЕТ;

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

В. О. Скрипник, д. т. н., професор, директор Навчально-наукового інституту харчових технологій, готельно-ресторанного та туристичного бізнесу ПУЕТ;

В. В. Саранин, к. філол. н., доцент, завідувач науково-організаційного відділу ПУЕТ.

А43 **Актуальні питання розвитку науки та забезпечення якості освіти у XXI столітті : тези доповідей XLIV Міжнародної наукової студентської конференції за підсумками науково-дослідних робіт студентів за 2020 рік (м. Полтава, 30–31 березня 2021 р.) :** у 2 ч. – Полтава : ПУЕТ, 2021. – Ч. 1. – 387 с. – Текст укр., рос., англ., нім. мовами.

ISBN 978-966-184-407-9

Збірник містить тези доповідей XLIV Міжнародної наукової студентської конференції за підсумками науково-дослідних робіт студентів за 2020 рік. Проблеми, порушені авторами публікацій, вирізняються своєю актуальністю та новизною наукових підходів. Увагу зосереджено на висвітленні результатів наукових досліджень у різних галузях науки та якості вищої освіти.

УДК 001:378.014.61"21"(477.53)(082)

*Матеріали друкуються в авторській редакції мовами оригіналів.
За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідальні автори.*

ISBN 978-966-184-407-9

© Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі», 2021

ЗМІСТ

ПЛЕНАРНЕ ЗАСІДАННЯ

<i>Саленко Є. В., Барибіна Я. О.</i> Корпоративна соціальна відповідальність ПУЕТ у контексті університетського лідерства.....	27
<i>Авраменко А. П., Копил А. В., Педченко Н. С.</i> Досвід реалізації освітньої діяльності кооперативного закладу вищої освіти в період поширення коронавірусної хвороби COVID-19	29
<i>Афанасьєва К. С., Новикова И. Н.</i> Подходи к определению социальной ответственности бизнеса	33
<i>Ходіс Н. С., Капліна Т. В.</i> Сучасні перспективи розвитку парк-готелів у Полтавському регіоні	35

СЕКЦІЯ 1. ЯКІСТЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ: ПРОБЛЕМИ, ВИКЛИКИ, ПЕРСПЕКТИВИ

<i>Гапон Т. О., Соколова А. М.</i> Значення якості освіти в контексті сучасної освітньої парадигми.....	38
<i>Пятник В. Ю., Шимановська-Діанич Л. М.</i> Зміни в системі вищої освіти в умовах пандемії	40
<i>Пасуля Л. П., Филь Т. А., Яріш О. В.</i> Європейські практики забезпечення академічної доброчесності	43
<i>Цибань О. О., Білоцерківський О. Б.</i> Нормативно-правове забезпечення якості вищої освіти в Україні	45
<i>Лисенко Т. А., Карпенко О. В.</i> Проблеми формування готовності випускників до реалізації концепції сталого розвитку	47
<i>Білюк К. О., Гасій О. В.</i> Академічна мобільність здобувачів вищої освіти у вітчизняному освітньому просторі	50
<i>Подольак О. О., Гапоненко О. Є.</i> Доступність та індивідуалізація навчання у вищому навчальному закладі.....	52

Акулович А. Є., Карпенко В. Д. Якість підготовки здобувачів вищої освіти за спеціальністю «Готельно-ресторанна справа».....	53
Епишин И. И., Романюк А. А., Байбардина Т. Н. Приоритетные направления подготовки маркетологов в Республике Беларусь.....	57
Романюк А. А., Бурцева О. А. Приоритеты подготовки магистров по специальности «Маркетинг».....	59
Бакум А. А., Стрілець В. Ю. Застосування полілінгвістичного навчання у підвищенні якості підготовки студентів спеціальності «Міжнародні економічні відносини» у закладах вищої освіти Укоопспілки	62
Whisper Benett, Floka L. Quality of higher education in Ukraine	65
Шевченко Д. О., Стрілець В. Ю. Формування soft skills як інструмент підвищення конкурентоспроможності студентів спеціальності «Міжнародні економічні відносини» на ринку праці.....	68
Бреус В. О., Терела Г. В. Самоосвітня компетентність як невід’ємна умова конкурентоспроможності фахівців у галузі права	70
Васильченко В. С., Датченко Є. О., Степуріна С. О. Аналіз напрямків оцінювання якості університетської освіти.....	73
Гудько А. В., Лозова О. В. Кооперативне навчання як засіб формування креативності у майбутніх менеджерів.....	75
Іванніков Д. О., Манжура О. В. Актуальні питання професіоналізації сфери публічних закупівель	77
Леснікова В. С., Скомкіна Д. А., Сергієнко О. А. Підприємницький університет: вплив на розвиток соціуму	82
Рилов Д. Ю., Гапоненко О. Є. Застосування ділових ігор у процесі вивчення дисципліни «Основи підприємництва»	84

Міхно К. А., Переяслівець Т. В., Шуканов П. В. Сучасні особливості проведення виробничої практики з освітньої програми «Туризм»	85
Сизонова М. Ю., Бобух Н. М. Студентська перекладацька агенція як форма практичної підготовки майбутніх фахівців.....	87
Романюха Д. Ю., Франко Л. С. Дистанційне навчання – виклик пандемії чи можливість якісно навчатися?.....	89

СЕКЦІЯ 2. СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ТА ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ ФІНАНСІВ, ОБЛІКУ, КОНТРОЛЮ ТА АНАЛІЗУ

Біляк К. В., Мілька А. І. Економічний інструментарій управління прибутком підприємств і організацій споживчої кооперації.....	92
Брачун О., Любимов М. О. Майбутнє бухгалтерської професії.....	94
Буглак Е. Р., Новикова И. Н. Социальная нагрузка на бизнес и пути ее снижения.....	96
Горбенко К. О., Прохар Н. В. Інформаційне забезпечення бюджетної звітності: проблеми та напрями вдосконалення.....	99
Дудка Б. О., Гудзь Т. П. Розробка фінансової стратегії компанії за сучасних умов: виклики та пріоритети.....	101
Камко Н. В., Трофимова А. Н. Актуальные вопросы учета и анализа оплаты труда в Республике Беларусь	103
Кирпа Є. В., Карпенко Є. А. Особливості узагальнення результатів внутрішнього аудиту екологічних витрат підприємства	106
Корж А. Д., Карпенко Є. А. Фактори впливу на величину прибутку суб'єктів господарювання, що надають послуги дошкільної освіти	108

Кондрашов О. І., Прасолова С. П. Особливості міжнародного страхування за системою «Асістанс» в умовах пандемії	111
Костик Д. О., Мілька А. І. Еволюція окремих елементів методу бухгалтерського обліку	114
Ляшкова Н. О., Мальон К. М., Гасій О. В. Оцінка та аналіз стану грошової маси України	116
Несен А. С., Прасолова С. П. Пандемічні облігації як базовий інструмент фінансування страхового ринку за допомогою ринків капіталів.....	119
Петровец А. А., Новикова И. Н. Подходы к оценке инвестиционной привлекательности организации.....	121
Половкова Г. Г., Затолгутская Н. Н. Совершенствование бухгалтерского баланса в системе МСФО	124
Пономаренко С. А., Потерайло І. О., Прохар Н. В. «Бухгалтерські таланти» відомих у світі людей.....	126
Рейникова И. И., Затолгутская Н. Н. Учетная политика организации: раскрытие управленческого аспекта	128
Рубченко Т. І., Гасій О. В. Теоретичні засади забезпечення фінансової безпеки банку	131
Рудченко Н. А., Трофимова А. Н. Проблемы налогового учета доходов и расходов организации.....	133
Савицкая А. В., Затолгутская Н. Н. Развитие налоговой системы Республики Беларусь в условиях цифровой трансформации экономики	135
Савченко М. М., Гудзь Т. П. Інноваційні технології на ринку фінансових послуг	137
Ситник А. І., Карпенко Є. А. Зарубіжний досвід регулювання конкурентних процедур закупівель та дотримання принципу добросовісної конкуренції серед учасників торгів.....	140
Ткачева В. М., Затолгутская Н. Н. Анализ методов вероятности банкротства организации	142

Фесенко С. С., Сидоренко-Мельник Г. М. Напрями трансформації фінансового менеджменту підприємств в умовах пандемії	145
Цмыг Я. Е., Толкачева Е. Г. Бухгалтерский учёт паевых взносов организации.....	148
Якимук И. И., Новикова И. Н. Налоговая нагрузка на организацию и пути ее оптимизации.....	150

СЕКЦІЯ 3. ПРАВО Й СУСПІЛЬСТВО: ІСТОРІЯ ТА СУЧАСНІСТЬ

Бриж А. С., Білокінь Р. М. Організована злочинність: умови, причини, проблеми вирішення.....	153
Бойко В. Ю., Білокінь Р. М. Незаконне виробництво, виготовлення, придбання, зберігання, перевезення, пересилання чи збуту наркотичних засобів або їх аналогів.....	155
Глуценко М. Ю., Новосьолова Г. Г. Адміністративні послуги: загальні відомості та принципи організації інтегрованих офісів їх надання	158
Іващенко В. І., Дудченко О. С. Правове регулювання ліцензування господарської діяльності	162
Кавун І. О., Терела Г. В. Окремі аспекти вдосконалення законодавства про захист економічної конкуренції.....	165
Потерайло В. В., Новосьолова Г. Г. Повноваження депутата місцевої ради.....	167
Ярмолаєва Д. В., Гладкий С. О. Правове виховання: сутність і тенденції розвитку в сучасних умовах	171

СЕКЦІЯ 4. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ КОМУНІКАТИВНОЇ ТА ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНЦІЙ: МОВНИЙ І СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ АСПЕКТИ

Алексащенко А. О., Кришталь А. М. Modern youth British slang	174
Алексеюк А. О., Іщенко В. Л. The beauty myth	175

Aleksijuk A. O., Kobzar O. I. Deutsche Wirtschaft in der Corona-Zeit.....	178
Білокіз М. Б., Іщенко В. Л. Investment climate of Ukraine: problems and opportunities	182
Бендеберя С. В., Сокурєнко Т. С. The problem with the pink tax.....	185
Bassirou Gaye, Руденко Н. С. Problems of communication people face in Gambian society and how to overcome it.	186
Внукова А. І., Шехавцова С. О. Засоби та прийоми подолання комунікативних бар'єрів в процесі навчання іноземної мови учнів старших класів	188
Волошина О. В., Сокурєнко Т. С. Gender policy and the role of women in the world's economy and business development.....	190
Говтвяниця К. В., Кононенко О. А. The role of English language in global communication.....	191
Гречишкіна К. Д., Шехавцова С. О. Критичне мислення як компонент професійної компетентності майбутніх викладачів іноземних мов	193
Кісурін В. В., Іщенко В. Л. Features of elements of the marketing complex in activities of charity organizations.....	194
Клюшник Є. А., Кришталь А. М. The role of emotions in motivating foreign language learners.....	196
Копонова А. В., Вьндас О. М. Approaches to testing as a means of assessment	198
Лисенко Т. А., Дзекун Ю. О. Steuerpolitik der eu.....	199
Lysak D. V., Kobzar O. I. Deutschsprachige synonymie in der internetlexik	201
Надворна К. В., Руденко Н. С. Вивчення латини як ключ до розуміння та опанування рідної, а також іноземної мов	203
Nos J. O., Kobzar O. I. Etymologie einiger deutscher Redewendungen	206

<i>Olijnyk J. K., Kobzar O. I.</i> Deutschstämmige Wörter in heutiger ukrainischer Sprache	208
<i>Перепеляк Д. Ю., Кришталь А. М.</i> Prepositions: peculiar features.....	210
<i>Prokhorenko T. O., Kobzar O. I.</i> Stilistische Merkmale deutscher Neologismen.....	211
<i>Родак Л. Г., Дзекун Ю. О.</i> Motivationssystem der Arbeiter in den Unternehmen von Deutschland	213
<i>Романюха Д. Ю., Царенко В. М.</i> English as a means of international communicatoin	216
<i>Safouane Rifaat, Руденко Н. С.</i> Communication problems and socio cultural differences through a foreigner's eye.....	218
<i>Сербін В. В., Іщенко В. Л.</i> Time management.....	219
<i>Супрунець О. С., Царенко В. М.</i> Communication in business with native speakers of other languages in Ukraine.....	220
<i>Тарасовська В. О., Биндас О. М.</i> Ефективність самостійної роботи студентів-філологів із застосуванням веб-ресурсів.....	222
<i>Тихомирська Т. А., Іщенко В. Л.</i> Music unites	225
<i>Ткаченко В. С., Чабан В. В.</i> Ways of overcoming of the language barrier while communication with foreign clients	226
<i>Туменко Ю. Є., Царенко В. М.</i> The role of English in business.....	228
<i>Хало М. Г., Іщенко В. Л.</i> Personnel policy	230
<i>Черненко Д. О., Горбуньова С. О.</i> Social interactions in hospitality business: specifics and problems.....	232

СЕКЦІЯ 5. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЛІНГВІСТИКИ

<i>Levoshko E. A., Korol T. H.</i> Ukrainian Localization of the computer game Dota Underlords	236
<i>Dashko K. I., Korol T. H.</i> Alliteration Rendition in Amateur Translations of the Poem «The Hill We Climb» by A. Gorman	238

Kyrychenko O. V., Korol T. H. Ukrainian Translation Peculiarities of Quality Standards in Software and Systems Engineering	240
Nadvorna K. V., Korol T. H. Fails in Russian Self-Translation of the novel «Lolita» by V. Nabokov	242
Liulin A. O., Korol T. H. Peculiarities of Medical Term Rendition from Ukrainian into English.....	244
Rozhko D. Yu., Korol T. H. Metaphor Translation Strategies (based on the Novel «Gone with the Wind» by M. Mitchell)	246
Shevchenko A. O., Korol T. H. Simile Translation Strategies (based on the Novel «Girl Online» by Z. Sugg)	249
Usova Ye. O., Korol T. H. Epithet Translation Strategies (based on the Novel «Murder on the Oriental Express» by A. Christie)	251
Базавлук Н. Г., Іщенко В. Л. Семантичні деривати в англомовній економічній терміносфері та засоби їх відтворення в перекладі.....	254
Туль С. І., Іщенко В. Л. Особливості перекладу економічних термінів (на матеріалі книги Ф. Котлера, Г. Картаджайї, І. Сетьявана «Маркетинг 4.0. від традиційного до цифрового»).....	256
Viktorova V. O., Sukhachova N. S. False friends of translators ...	258
Nos Yu. O., Sukhachova N. S. Etymology of English Idioms	260
Oliinyk Ye. K., Sukhachova N. S. Features of phraseological units of modern English.....	262
Pelyak V. O., Sukhachova N. S. Neologisms of Modern English in mass media	264
Prokhorenko T. O., Sukhachova N. S. Diversity of idioms in the English language	267
Prusakova D. S., Sukhachova N. S. Diversity of idioms in the English language	269
Нікіміна А. А., Туниць О. Ю. Значення безеквівалентної лексики в іншомовному тексті при перекладі	271

Рожкова К. Ю., Шехавцова С. О. Гендерний аспект чоловічих англомовних глянцевого журналізму 273

Шехавцова П. М., Біндас О. М. Значення евфемізмів в іспаномовних засобах масової інформації в контексті інформаційно-гібридної війни 275

СЕКЦІЯ 6. СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ДОКУМЕНТОЗНАВСТВА Й ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТА УСТАНОВ

Бондаренко Б. Е., Онішко Т. В. Сутність та види конфіденційної інформації 277

Ганжа О. І., Онішко Т. В. Основні тенденції реінжинірингу документообігу в установах України 279

Донченко О. С., Двірня О. А. Інформатизація надання адміністративних послуг населенню 282

Козлова О. С., Колєчкіна Л. М. Автоматизація документообігу установ зі складною організаційною структурою 285

Козоріз Т. В., Білоусько Т. М. Сучасні музеї в мережі Інтернет 287

Линник А. С., Двірня О. А. Особливості надання архівних довідок про навчання в закладі освіти 289

Поливода Д. В., Онішко Т. В. Проблеми цифровізації архівної справи в Україні 291

Поротикова Ю. О., Колєчкіна Л. М. Електронний документ в органах виконавчої влади 294

СЕКЦІЯ 7. МІЖНАРОДНІ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ ТА НАЦІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

Кокоза А. В., Стрілець В. Ю. Інтеграція України у міжнародний ринок праці 297

Цимбаленко В. А., Франко Л. С. Особливості міжнародної маркетингової стратегії компанії «BMW Group» 303

<i>Котенко А. А., Франко Л. С.</i> Розвиток двосторонніх торговельно-економічних відносин між Україною та Італією	305
<i>Farooqi H., Pozhar A.</i> Social role of cooperatives in developing countries	307
<i>Muhammad T., Pozhar A.</i> International activity of credit cooperative institutions	310
<i>Azeez O., Pozhar A.</i> The role of credit unions in financial systems of European countries	313
<i>Ndow J. O., Pozhar A.</i> Demutualization of modern cooperatives in Europe and North America.....	316
<i>Ogugua C. E., Pozhar A.</i> The place and role of OPEC in the world oil market.....	319
<i>Oncu E., Pozhar A.</i> Current trends in the European integration process.....	322
<i>Бажул А. В., Кузьменко О. К.</i> Інформаційна глобалізація.....	325
<i>Драпакова Ю. С., Кузьменко О. К.</i> Використання математичного моделювання економічних процесів в умовах глобалізації.....	327
<i>Anwo O., Tul S. I.</i> The competitive strategy of «NIKE, INC.» in the global sportswear market	330
<i>Musah S., Tul S. I.</i> The specificity of international economic activity of fast-moving consumer goods companies (based on the «Unilever group»)	333
<i>Говтвяниця К. В., Франко Л. С.</i> Глобалізація – явище, що змінило світ.....	335
<i>Шульженко Є. П., Франко Л. С.</i> Торговельна співпраця США й України в умовах пандемії	337

СЕКЦІЯ 8. МЕНЕДЖМЕНТ І ПІДПРИЄМНИЦТВО В УМОВАХ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ

<i>Гулько Н. С., Гусаковська Т. О.</i> Управління підприємством на засадах креативного менеджменту	340
--	-----

Савченко В. О., Рибалко-Рак Л. А. Сучасні підходи до трактування категорії «криза»	342
Грігорян Г. А., Кісіль О. М. Забезпечення конкурентоспроможності продукції підприємств агропромислового комплексу.....	344
Sanober M. Malek, Vlasenko V. A. Peculiarities of Implementation of effective Human Resources Policy at the Enterprise in the Conditions of post-industrial Economy	347
Isaak K. Paintsil, Vlasenko V. A. Directions of Implementation of an effective Human Resource Management Strategy at the Enterprise in the Conditions of Market Transformations.....	349
Сергата Є. В., Власенко В. А. Особливості реалізації потенціалу розвитку підприємства в умовах нової економіки	352
Солод О. В., Зось-Кіор М. І. Теоретичний аспект методології як способу пізнання.....	354
Гігашвілі Е. Г., Кужель Н. Л. Стратегія управління персоналом організації в умовах нової економіки	356
Цьомкало Є. А., Бертін М. В., Бондар-Підгурська О. В. Глобалізація як умова та чинник формування та реалізації стратегії інноваційної діяльності промислових підприємств України	358
Сніг В. А., Білінська О. П. Сучасні тенденції розвитку методів менеджменту організації в умовах конкуренції	363
Tadeyo L. K., Bilinska O. P. Human Behavior in the Context of Motivation Management.....	364
Нікуліна Ю. М., Білінська О. П. Особливості реалізації функцій менеджменту в сучасних умовах господарювання	367
Бондаренко І. С., Юрко І. В. Організація роботи майбутнього бізнесу DZ «POLTAVA»	368
Гімн А. Г., Брацун А. О. Аналіз концепції та розвитку веганського кафе	370

<i>Гроза В. А., Юрко І. В.</i> Проект удосконалення фермерського господарства.....	373
<i>Никоненко А. О., Брацун А. О.</i> Обґрунтування економічної доцільності створення кафе-бару мультинаціональної кухні «CHARDONNAY»	375
<i>Репов С. Д., Юрко І. В.</i> Організація діяльності нічного клубу «Servi dei Night Club»	378
<i>Романенко В. С., Ходіс Н. С., Брацун А. О.</i> Дослідження концепції майбутнього бізнесу на прикладі pet-friendly кав'ярні – «Булькофф»	380
<i>Черненко Д. О., Брацун А. О.</i> Дослідження концепції майбутнього бізнесу на прикладі кафе швидкого харчування «Healthy Eating»	382
<i>Каменюка І. Ю., Завгородня Є. Є.</i> Інструменти формування стратегічних знань у системі управління підприємством	385

СЕКЦІЯ 9. ЛІДЕРСТВО ТА УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ У ХХІ СТ

<i>Бондарець Т. Г., Рудич Л. В.</i> Принципи командної взаємодії в сучасних умовах	27
<i>Дема І. М., Боровиков О. В.</i> Удосконалення системи мотивації праці.....	29
<i>Чекунов Я. Є., Рудич Л. В.</i> Тренди бренду роботодавця у 2021 році	32

СЕКЦІЯ 10. МАТЕМАТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ТА СОЦІАЛЬНА ІНФОРМАТИКА: АКТУАЛЬНІ НАПРЯМКИ ДОСЛІДЖЕНЬ

<i>Закіров Р. Р., Черненко О. О.</i> Програмне забезпечення тренажера з теми «Лямбда-вирахування і типізація» дистанційного навчального курсу «Теорія програмування».....	35
<i>Рак А. О., Чілікіна Т. В.</i> Створення елементів тренажера дистанційного навчального курсу «Математичний аналіз» з теми «Обчислення границь функції однієї змінної»	37

<i>Лукіна В. В., Черненко О. О.</i> Розробка програмного забезпечення тренажеру з теми «Магазинні автомати» дистанційного навчального курсу «Теорія програмування».....	39
<i>Купченко О. В., Парфьонова Т. О.</i> Про тренажер дистанційного навчального курсу «Теорія інформації і кодування» з теми «Коди із виправленням помилок»	40
<i>Пилипченко В. С., Ємець О. О.</i> Про тренажер дистанційного курсу «Проектне навчання з курсу «Методи оптимізації та дослідження операцій» (максимізація щомісячного прибутку підприємства)	42
<i>Клименко М. М., Чілікіна Т. В.</i> Про «Умовні оператори мови РНР»	44
<i>Пильник С. О., Чілікіна Т. В.</i> Про тренажер з теми «Арифметичні команди мови Assembler» дистанційного навчального курсу «Архітектура обчислювальних систем»	53
<i>Борута І. В., Парфьонова Т. О.</i> Тренажер «Відношення. Область визначення, область значень, граф, матриця відповідності, переріз за елементами» дистанційного навчального курсу «Дискретна математика».....	54

СЕКЦІЯ 11. МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ: СУЧАСНИЙ ЗМІСТ

<i>Йосипенко А. В., Карпенко Н. В.</i> Нейрокопірайтинг у соціальних мережах	58
<i>Легута Д. Д., Захаренко-Селезньова А. М.</i> Транспорт як елемент інфраструктури товарного ринку	59

СЕКЦІЯ 12. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЕКСПЕРТИЗИ ТА МИТНОЇ СПРАВИ: ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА

<i>Боценко В. О., Кириченко О. В.</i> Особливості транскордонного та прикордонного співробітництва України	62
<i>Запорожець В. Ю., Кобищан Г. Д.</i> Асортимент та якість швейцарських ножів	64

<i>Колесніков О. О., Кобищан Г. Д.</i> Порівняльна характеристика ігрових консолей Sony Playstation	66
<i>Костик Д. О., Кириченко О. В.</i> Аналіз зовнішньо торговельного обігу йогуртів.....	68
<i>Маммедов Т. Е., Сахно Т. В.</i> Мюонный портал для проверки контейнеров на таможне.....	71
<i>Сопітько А. О., Гнітій Н. В.</i> Експертиза рослинних препаратів медичного канабісу.....	73

СЕКЦІЯ 13. ПРОБЛЕМИ ВИКОРИСТАННЯ БІОТЕХНОЛОГІЙ ТА УПРАВЛІННЯ БЕЗПЕЧНІСТЮ ТОВАРІВ

<i>Бондарець Т. Г., Флока Л. В.</i> Перспективи розвитку органічного молока на світовому ринку	76
<i>Деркач Н. В., Кобищан Г. Д.</i> Біотекстиль: види, застосування, перспективи	78
<i>Деркач Т. В., Семенов А. О.</i> Пристрої ультрафіолетової дії в боротьбі з вірусними захворюваннями	80
<i>Залогіна С. О., Флока Л. В.</i> Дослідження якості органічного морозива	82
<i>Benett Whisper, Floka Liudmyla.</i> The importance of biotechnology for various sectors of the national economy	84
<i>Elita Mseka Kachifubu, Floka Liudmyla.</i> Biotechnology in the food industry	86

СЕКЦІЯ 14. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

<i>Андрієвська К. О., Рогова Н. В.</i> Сучасні тенденції розвитку готельного господарства у місті Бердянськ.....	89
<i>Андрушків В. О., Курніс Н. І.</i> Тенденції розвитку готельного господарства Одеської області	91

Білай А. В., Капліна Т. В. Перспективи розвитку баз відпочинку у Київській області	93
Берненко Ю. Ю., Капліна Т. В. Сучасні тенденції розвитку кемпінгів в Одеській області	96
Бесєдіна В. В., Рибакіна С. С. Сучасний стан та перспективи розвитку туристичного Буковеля	98
Бобошко К. Л., Кирніс Н. І. Аналіз ринку готельних послуг Львівської області	101
Буга М. В., Капліна Т. В. Роль додаткових послуг у підвищенні ефективності готельних підприємств.....	103
Варич С. В., Кирніс Н. І. Аналіз конкурентного середовища готельних послуг.....	105
Василенко А. Л., Володько О. В. Сучасні тенденції ринку готельних послуг Херсонського регіону.....	106
Винник А. І., Капліна Т. В. Особливості функціонування туристичних баз у Світловодському районі Кіровоградської області.....	108
Воробйов В. М., Кирніс Н. І. Перспективи розвитку готелів Херсонської області	112
Гімн А. Г., Володько О. В. Еко-тренди у сфері гостинності....	114
Голуб Д. С., Карпенко В. Д. Вибір правильної концепції як запорука конкурентоспроможності курортного готелю.....	116
Грабовий В. Н., Столярчук В. М. Аналіз ринкових можливостей проектування молодіжного готелю у Черкаській області.....	118
Грузіна В. Г., Столярчук В. М. Сучасний стан та перспективи розвитку готельного господарства Сумського регіону.....	120
Даніленко М. П., Капліна Т. В. Анімація як напрям організації дозвілля в готельному господарстві Болгарії та світу	123

Ищенко М. Ю., Карпенко В. Д. Місце хостелів у сучасній мережі закладів готельно-ресторанного бізнесу Львова.....	125
Кандиба М. М., Капліна Т. В. Гостьові будинки – об’єкт туристичного бізнесу Закарпатської області	128
Кандиба М. О., Шматкова Д. О., Куш Л. І. Професійна культура фахівців сфери гостинності.....	130
Кисляк І. В., Куш Л. І. Проблеми та перспективи розвитку готельного бізнесу у Львівській області	132
Коваль В. Р., Капліна Т. В. Перспективи розвитку гібридних готелів у місті Дніпро	135
Козаченко О. С., Кирич Н. І. Перспективи розвитку готельного господарства в сільській місцевості Полтавського регіону.....	137
Кононенко С. В., Рогова Н. В. Перспективи розвитку готельного господарства в місті Дніпро	139
Корделюк І. С., Карпенко В. Д. ЕСОРОД як перспектива для розвитку готельного господарства в Івано-Франківській області	141
Котенко Є. В., Рибаків С. С. Тенденції розвитку готельного господарства Харківського регіону	144
Кравець А. О., Нестеренко А. Ф., Володько О. В. Екологічно безпечні засоби для екоклінінгу в готелях.....	146
Кравченко Є. І., Кирич Н. І. Тенденції розвитку готелів категорії «****» у Дніпропетровській області	148
Красножоненко А. В., Володько О. В. Перспективи розвитку готелів ділового призначення у Львівському регіоні.....	150
Краснощок Ю. М., Рогова Н. В. Сучасні тенденції розвитку готельно-ресторанних господарств в Україні	152
Кривенько М. С., Рогова Н. В. Сучасні тенденції розвитку ресторанного господарства в Україні.....	155

Куст Д. О., Рибаків С. С. Тенденції та перспективи розвитку клуб-готелів на території України	157
Куян Я. А., Володько О. В. Організація дитячого відпочинку у курортних засобах розміщення.....	159
Логунова Є. А., Куш Л. І. Професійна культура – запорука успіху готельно-ресторанного підприємства.....	161
Ляско Л. О., Рибаків С. С. Сучасний стан готельного господарства у м. Дніпро	164
Мандибура Н. А., Володько О. В. Перспективи функціонування молодіжних хостелів у Львівському регіоні.....	166
Марченко Д. І., Рогова Н. В. Особливості анімації в готелях	168
Матющенко К. В., Капліна Т. В. Сучасний стан розвитку туристичних готелів в Одеській області	172
Мунтяну Є. С., Дудник С. О. Сучасний стан та перспективи розвитку дитячих закладів оздоровлення та відпочинку у Полтавському регіоні	174
Никоненко А. О., Володько О. В. Додаткові готельні послуги для підвищення конкурентоспроможності курортного готелю в Закарпатському регіоні.....	176
Обухова Т. М., Рогова Н. В. Шляхи підвищення конкурентоспроможності готельного підприємства.....	178
Озерний В. В., Володько О. В. Моделювання концептуального готелю категорії «****» в графічному редакторі «Sweet Home-3d»	180
Остапенко Ю. В., Капліна Т. В. Особливості розвитку курортних готелів Львівщини.....	183
Парфьонів О. М., Кирніс Н. І. Аналіз готельних послуг на ринку у місті Кам'янське	184
Пиринська Д. Г., Куш Л. І. Стратегічний розвиток spa-готелів у Дніпропетровській області.....	189

Петрова Н. О., Куц Л. І. Стратегія розвитку готелів у Харківському регіоні.....	191
Пракаш Л. О., Рибаків С. С. Сучасний стан готельного господарства в Закарпатській області та прогнозування його розвитку	194
Репало С. Е., Капліна Т. В. Вплив ринку ділового туризму у Чернівцях на попит готельних послуг	196
Романенко В. С., Капліна Т. В. Розвиток соціальних засобів розміщення в Хмельницькій області	198
Савенко М. В., Кашиїнська О. Є. Можливості розвитку готельної справи в умовах пандемії COVID-19	200
Савченко В. В., Куц Л. І. Перспективи розвитку готельного господарства Черкаської області.....	202
Свириденко Л. О., Куц Л. І. Гостинність – основа готельно-ресторанного обслуговування	205
Сентябрьова К. К., Кирніс Н. І. Тенденції розвитку готельного господарства Київської області	207
Скрипник М. М., Володько О. В. Елементи універсального дизайну в приміщеннях готелів ділового призначення	209
Співак А. К., Володько О. В. Аналіз сучасного стану та тенденцій розвитку готельного бізнесу в Івано-Франківському регіоні.....	211
Терно З. І., Куц Л. І. Сучасні тенденції розвитку готельного господарства у Полтавському регіоні.....	213
Тихончук А. О., Рогова Н. В. Сучасні тенденції розвитку готельного господарства у місті Харків.....	215
Троцька А. В., Кирніс Н. І. Підвищення конкурентоспроможності готельних підприємств на основі аналізу відгуків споживачів.....	217
Хоменко Я. С., Капліна Т. В. Тенденції розвитку хостелів в Одеській області.....	220

<i>Христич К. В., Куш Л. І.</i> Стратегічний розвиток апартаментів у Дніпропетровській області	221
<i>Черненко Д. О., Володько О. В.</i> Wellness-послуги для курортних готелів Одеського регіону.....	224
<i>Чернуха О. П., Дудник С. О.</i> Актуальні тенденції розвитку готельного бізнесу в Івано-Франківській області	226
<i>Чиж Л. С., Володько О. В.</i> Шляхи екологізації в готелі	228
<i>Чирва М. О., Капліна Т. В.</i> Еко-готелі Харківщини, стан і перспективи	230
<i>Шалабодова О. С., Кирніс Н. І.</i> Реалії та перспективи розвитку готельного бізнесу в м. Харкові.....	233
<i>Шарлай Д. О., Дудник С. О.</i> Інноваційні технології у сфері ресторанного бізнесу	235
<i>Юдіна К. Г., Рибаків С. С.</i> Перспективи розвитку готельного господарства у м. Бердянськ.....	237
<i>Яковлева М. С., Володько О. В.</i> Сучасні архітектурні стилі інтер'єрів концептуальних готелів.....	239
<i>Фіногенова Ю. Р., Ярмоленко А. О., Рогова Н. В.</i> Якість послуг – ключовий фактор успіху готельного бізнесу	241
<i>Данилова Д. І., Капліна Т. В.</i> Перспективи розвитку мотелів у Харківській області	244

СЕКЦІЯ 15. АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

<i>Анохін М. М., Логвин М. М.</i> Розвиток туризму у Дніпропетровській області: сучасний стан та його перспективи	247
<i>Коваль Н. О., Карпенко Н. М.</i> Виклики та перспективи розвитку туризму в умовах пандемії COVID-19	249
<i>Коротич П. Р., Логвин М. М.</i> Перспективи використання туристичного потенціалу у Чернігівській області.....	251

<i>Марченко Є. Е., Шуканов П. В.</i> Розвиток туристичного господарства України	253
<i>Нечитайло В. А., Карпенко Н. М.</i> Розвиток молодіжного туризму в регіоні	255
<i>Полтавець В. С., Постнова А. Р., Шуканов П. В.</i> Перспективи розвитку туризму в умовах реалізації стратегії сталого розвитку	258
<i>Силенко І. С., Тараненко О. О.</i> Сучасний стан розвитку туризму в Київській області.....	260
<i>Циб І. О., Логвин М. М.</i> Розвиток культурно-пізнавального туризму Тернопільської області: стан та перспективи	262

СЕКЦІЯ 16. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ХАРЧОВИХ ВИРОБНИЦТВ І РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

<i>Белозьоров Є. О., Свирь М. С., Олійник Н. В.</i> Особливості використання рослинної сировини у технологіях січених виробів.....	265
<i>Верпета Я. В., Радченко Д. В., Алеян М. В., Олійник Н. В.</i> Пошук альтернативних джерел для збагачення борошняних кондитерських виробів	267
<i>Завгородній Р. О., Жуков Д. В., Шелудько В. М.</i> Брауні і блонді підвищеної харчової цінності	269
<i>Ісаєнко В. В., Калюжека Є. А., Бородай А. Б.</i> Ефективність та безпека антисептиків	271
<i>Костенко В. С., Герעדчук А. М.</i> Удосконалення технології страв з рибної січеної маси за рахунок використання рослинних волокон.....	274
<i>Крель Д. О., Коровка Л. М., Олійник Л. Б.</i> Використання натуральних біокоректорів у виробках із субпродуктів та м'яса птиці	276
<i>Литвин М. А., Бородай А. Б.</i> Харчова поведінка сучасної молоді	2768

<i>Милуш Я. В., Гередчук А. М.</i> Розроблення технології кондитерських виробів підвищеної поживної цінності	281
<i>Подзярей Л. В., Шиліна О. М., Хомич Г. П., Ткач Н. І.</i> Використання топінамбуру в технології борошняних виробів	284
<i>Стаховська А. В., Катрич А. Б., Тюрікова І. С.</i> Дослідження використання гарбуза в технології м'ясних напівфабрикатів.....	287
<i>Тімаренко В. В., Наконечна Ю. Г.</i> Розроблення технології печінкового суфле підвищеної харчової цінності	290
<i>Тільна О. В., Хомич Г. П.</i> Розробка технології отримання пектиновмісних продуктів з ягід смородини чорної.....	292
<i>Маценко А. Є., Шипік С. Г., Бойко Ю. В., Хомич Г. П.</i> Вторинні продукти переробки фруктової сировини як джерело БАР у технології харчових продуктів.....	296
<i>Яцура М. М., Тюрікова І. С.</i> Удосконалення технології напоїв із горіхової сировини	299

СЕКЦІЯ 17. ПИТАННЯ ІНЖЕНЕРІЇ, ОБЛАДНАННЯ ТА МАТЕМАТИКИ

<i>Бондарець Т. Г., Гайворонська З. М.</i> Дослідження вмісту нітратів у плодово-овочевій продукції.....	301
<i>Латиш В. С., Скрипник В. О.</i> Передумови розробки технології кондуктивного сушіння жареного м'яса.....	304
<i>Гонтар Я. В., Кошова О. П., Фомкіна О. Г.</i> Прикладні аспекти математичних знань	308
<i>Богодюк В. С., Тарасюк Б. А., Бичков Я. М.</i> Сучасні засоби безпеки в закладах розміщення	311

СЕКЦІЯ 18. СУЧАСНІ СОЦІОГУМАНІТАРНІ СТУДІЇ

<i>Кара А. Д., Петренко І. М.</i> Моє рідне місто – Канів	314
<i>Литвин М. А., Петренко І. М.</i> Історія міста Заводське на Полтавщині	316

Перепеляк Д. Ю., Петренко І. М. Хотинська битва 1621 року. Хотинська фортеця	317
Подойнік Ю. В., Петренко І. М. Історія міста Тростянець моїми очима	319
Явтушенко Т. Р., Петренко І. М. «Село моє, для мене ти єдине...» (Історія села Іванівка Кобеляцького району Полтавської області).....	322
Гуржій М. М., Шара С. О. Трудоголізм: методики дослідження та попередження	323
Литвин М. А., Шара С. О. Картографічний метод аналізу конфлікту.....	326
Подойнік Ю. В., Шара С. О. Прокрастинація: техніки подолання.....	328
Михайлова А. Е., Шара С. О. Знецінення як психологічна проблема міжособистісних стосунків.....	331
Саленко Є. В., Везомська С. Ж. Ставлення до смертної кари в українському суспільстві	334
Попова Є. І., Везомська С. Ж. Світоглядні настанови казки та їх вплив на соціальні орієнтири особистості	336
Олсіннікова Н. М., Кононец Н. К. Мобільне навчання студентів як креативна стратегія організації сучасного освітнього процесу.....	338
Барабан Ю. М., Пивоварська К. С. Символіка українського вертепу.....	341
Задворкін М. О., Пивоварська К. С. Увічнення пам'яті операції «Френтік» у Полтаві	343
Кіліян Д. В., Пивоварська К. С. Відображення оборони Севастополя 1941 року у мистецтві та архітектурі	346
Кондратенко В. Г., Пивоварська К. С. Повсякденне життя полтавців у часи окупації (1941–1943 рр.).....	349
Туменко Ю. Є., Тодорова І. С. Психологічні аспекти переговорів у бізнесі	352

Васильченко К. І., Тодорова І. С. Деструктивні міжособистісні відносини.....	354
Косінова В. Є., Тодорова І. С. Психологічні засади життєстійкості особистості.....	357
Фісанович О. К., Тодорова І. С. Туризм як засіб підтримки та відновлення психологічного здоров'я.....	359
Пилипенко І. Є., Тодорова І. С. Чинники психологічного здоров'я персоналу організації.....	363
Ляшкова Н. О., Усанов І. В. Самозванство в сучасному світі – pro et contra	366
Сизько Д. В., Усанов І. В. Самонавігація в освітній практиці	368
Івченко А. О., Усанов І. В. Виклики постіндустріального суспільства	371
Божуля О. В., Усанов І. В. Чи можлива тоталітарна держава у ХХІ ст.	373

СЕКЦІЯ 19. ФІЗИЧНА КУЛЬТУРА І СПОРТ: СТАН, ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ

Гладченко К. С., Ахтирська Н. М. Раціональне харчування й фізичні вправи – найважливіші фактори зміцнення здоров'я.....	377
Гонтар М. С., Васецький І. А. Сучасне тренажерне обладнання для вдосконалення технічних дій волейболістів	380
Горобець К. Ю., Новицька Н. А. Дитячий церебральний параліч.....	382
Руденко Є. Ю., Новицька Н. А. Профілактика лікування хронічного риніту	384
Шубіна Н. В., Ахтирська Н. М. Вплив людини на довкілля	387
Ярмолаєва Д. В., Симоненко Н. О. Майкл Фелпс.....	388

ПАНЕЛЬНА ДИСКУСІЯ

Брихачко І. І., Кириченко О. В. Проблеми академічної доброчесності в закладах вищої освіти	391
Коваленко К. М., Починкова М. М. Упровадження «Школи академічної доброчесності» в університеті (на прикладі ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка»)	393
Ставицька В. О., Вараксіна О. В. Академічна доброчесність та причини списування студентів.....	395
Бреус В. О., Сарапин В. В. Етичні та правові аспекти академічної недоброчесності.....	397

ПЛЕНАРНЕ ЗАСІДАННЯ

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ПУЕТ У КОНТЕКСТІ УНІВЕРСИТЕТСЬКОГО ЛІДЕРСТВА

Є. В. Саленко, студент спеціальності Менеджмент, група МЕН 6-21

Я. О. Барибіна, науковий керівник, к. е. н., доцент кафедри менеджменту

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Наукові дослідження кінця XX – початку XXI ст. у галузі соціального управління засвідчують формування нової управлінської парадигми – лідерства, яка проявляється через утвердження нових організаційних структур, моделей поведінки, процедур, принципів і цінностей як основи управлінської діяльності. Результатом актуалізації лідерства є зростання суспільного попиту на керівників лідерів, що породжує завдання модернізації параметрів сучасної професійної підготовки управлінських кадрів.

Університетське лідерство проектом Темпус ELITE тлумачиться кількома способами:

1) як розвиток управлінського потенціалу ЗВО, управління університетом на засадах лідерства задля покращення якості освітніх послуг, збільшення конкурентоспроможності;

2) як конкуренція між університетами шляхом визначення рівня конкурентоспроможності одного ЗВО порівняно з іншими, вітчизняними чи закордонними; як виявлення університетів – лідерів у вітчизняних та міжнародних рейтингах;

3) як прояв лідерського потенціалу університету в суспільному житті, цілеспрямована діяльність університету з метою сприяння розвитку території, де знаходиться університет, розв’язання проблем певної галузі або сектору, надання підтримки громаді, спільноті або окремій людині, якщо ті потребують допомоги.

Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) допомагає компаніям створювати цінності. Проте часто компанії розглядають КСВ як щось необов’язково-додаткове, хоча насправді у світі КСВ – це вже обов’язок компаній.

У свою чергу, цінності є важливими при розгляді питань лідерства, як на цьому наголошує науковець С. І. Нестуля, яка вважає, що сучасні теорії лідерства визнають фундаментальне значення цінностей у структурі особистості, їх потужну мотиваційну роль.

Тому вважають, що лідерство може зростати лише на ґрунті високих цінностей, які наповнюють життя лідера особистим і водночас соціально значимим сенсом. Він сприймається лідером як його місія, яка конкретизується у баченні й цінностях, які він пропонує як основу для взаємодії зі своїми послідовниками. Щирість, відвертість, надійність і зрозумілість для інших лідера, який дотримується цінностей, викликає довіру до нього послідовників. Цінності стають для них своєрідним «маяком» на шляху до мети, обов'язковим тестом при формуванні команди, прийнятті управлінських рішень. Відтак, в організації спрощується система комунікацій, формується атмосфера взаємної довіри, підтримки, відповідальності й ініціативності. Лідерство «пронизує» всі їх організаційні рівні, стає додатковим чинником досягнення спільної мети.

Щодо ПУЕТ, то університет є лідером освіти.

Університет реалізовує стратегію відповідно до сучасної парадигми лідерства. Є учасником різних програм та проєктів.

Основною метою соціального проєкту «Університет третього віку» від ПУЕТ – реалізація принципу навчання людей старшого віку впродовж усього життя та підтримка фізичних, психологічних та соціальних здібностей.

Університет долучився до Академічної доброчесності та постійно надає рекомендації.

У Єреванське комюніке (2015 р.) наголошувалось на важливості підтримки культурного різномайття, так ось ПУЕТ і тут має, свої докази КСВ – це функціонування культурних освітніх центрів.

Таким чином, дослідивши розуміння КСВ стейкхолдерами та саму КСВ-політику університету, ми підтвердили наше припущення стосовно того, що в ПУЕТі є окремі ознаки КСВ, але не як єдина чітка та структурована програма дій вона поки що не існує.

Список використаних інформаційних джерел

1. Калашнікова С. А. Освітня парадигма професіоналізації управління на засадах лідерства : моногр.; Київ. ун-т ім. Б. Грінченка. Київ : [Київ. ун-т ім. Б. Грінченка], 2010. 390 с.

2. Нестуля С. І. Ціннісні аспекти сучасних концепцій лідерства. *Вища освіта України*. 2017. № 2. Дод. 1. Вип. «Університет і лідерство». С. 93–96.
3. Орежель О. Університетська соціальна відповідальність у контексті університетського лідерства : навч. посіб. Київ : ДП «НВЦ «Пріоритети», 2017. 40 с.

ДОСВІД РЕАЛІЗАЦІЇ ОСВІТНЬОЇ ДІЯЛЬНОСТІ КООПЕРАТИВНОГО ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ В ПЕРІОД ПОШИРЕННЯ КОРОНАВІРУСНОЇ ХВОРОБИ COVID-19

А. П. Авраменко, студентка освітньої програми «Фінанси, банківська справа та страхування», група ФБСС б-21;

А. В. Копил, студентка освітньої програми «Фінанси, банківська справа та страхування», група ФБСС б-21

Н. С. Педченко, науковий керівник, д. е. н., професор, перший проректор

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Проаналізувавши статистику поширення коронавірусної хвороби COVID-19 у регіонах України та виконуючи Рішення Кабінету Міністрів України від 11 березня 2020 року № 211 «Про запобігання поширенню на території України коронавірусу COVID-19» і листа МОН України від 11 березня 2020 року № 1/9-154, ректорат Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі» у 2020 році поставив пріоритетне завдання – створення безпечних та комфортних умов організації освітнього процесу при забезпеченні його неперервності та якості [2, с. 84].

З 12 березня 2020 року було тимчасово призупинено та переведено на дистанційні технології освітній процес, скасовано проведення культурних, спортивних та інших масових заходів та заборонено направлення за кордон здобувачів освіти та співробітників закладів освіти до країн з високим ступенем ризику зараження; визначено відповідальних осіб на кафедрах з координації організації освітнього процесу, затверджено відповідні положення для проведення освітнього процесу під час карантинних умов [2, с. 84].

Особливістю організації освітнього процесу в ПУЕТ на період карантину стала максимальна онлайн відкритість університету до всіх стейхолдерів – від здобувачів освіти до робото-

давця [1]. Головними інструментами організації налагодження освітнього процесу стали дистанційні технології, зокрема платформи Moodle, Zoom, Skype, Google Classroom, Viber та ін. Нині простежується значний прогрес у врегулюванні процесу дистанційного навчання. Дистанційні курси стали більш пристосованими для онлайн навчання, а платформа відеозв'язку – більш витривалою.

В онлайн-форматі науково-педагогічними працівниками проводяться лекційні та практичні заняття, кураторські години, екзамени, ПМК, захисти дипломних робіт і проєктів. Для здобувачів освіти запропоновані онлайн-практики, діалоги з роботодавцями, сторітелінги від випускників, інтелектуальні фахові ігри [1]. Пикладом таких форм діяльності є онлайн-зустріч студентів та викладачів кафедри фінансів та банківської справи з випускником університету 2018 р., магістром спеціальності «Банківська справа та страхування», керівником відділення АТ КБ «Приватбанк» м. Полтави Цвітченком Павлом Миколайовичем. Також Авраменко Анна виступала як спікер на онлайн-зустрічі, де розповідала про свої враження від навчання в ПУЕТ[1].

Студентські будні були доповнені онлайн-конкурсами – «Фестиваль паски 2020», літературний конкурс, присвячений Дню матері, та ін. Студенти ПУЕТ активно брали участь у таких челенджах, як #дякуємо_лікарям, #дистанційна_освіта_ПУЕТ, #Залишайся_вдома, #студенти_про_ПУЕТ, та успішно реалізують проєкт «Studgo.eso», одним із результатів якого є «Історія однієї маски» [1].

У 2020 році систематично здійснюється моніторинг якості освітнього процесу шляхом доопрацювання можливостей MOODLE. Сьогодні існує можливість перевірити кожного науково-педагогічного працівника та здобувача вищої освіти на його активність під час дистанційного навчання як у графіку, так і в межах навчання за навчальними дисциплінами [2, с. 87–89].

Завдяки дистанційному курсу здобувачі вищої освіти мають можливість аналізувати свою активність на «шкалі активності в системі» (рис. 1.1).



Рисунок 1.1 – Знімок з екрана сторінки досягнень освітньої активності здобувача вищої освіти в MOODLE у межах освітньої діяльності [3]

Також за допомогою системи MOODLE здобувачі вищої освіти можуть відслідкувати відсоток виконаного ними окремого навчального курсу і переглянути звіт за курсом загалом, в якому вказано: оцінка за виконані тести і завдання, відсоток за пройденим тестом і внесок у підсумок курсу (рис. 1.2–1.3).

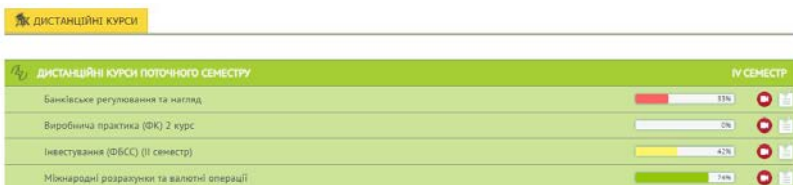


Рисунок 1.2 – Знімок з екрана сторінки досягнень освітньої активності здобувача вищої освіти в MOODLE у межах навчальних дисциплін [3]

Звіт по користувачу у курсі - Авраменко Анна Павлівна

Елемент оцінювання	Обрахована значимість	Оцінка	Інтервал	Відсоток	Відсоток	Внесок у підсумок курсу
Ву Цифрові фінанси						
Загальне за курс	-	100,00	0-100	100,00 %		-
Тести для підсумкового контролю знань до теми 1	5,00 %	4,50	0-5	90,00 %		4,50 %
Тести для підсумкового контролю знань до теми 2	5,00 %	5,00	0-5	100,00 %		5,00 %
Тести для підсумкового контролю знань до теми 3	5,00 %	5,00	0-5	100,00 %		5,00 %
Тести для підсумкового контролю знань до теми 4	5,00 %	4,75	0-5	95,00 %		4,75 %
Поточна модульна робота 1	22,00 %	22,00	0-22	100,00 %		22,00 %

Рисунок 1.3 – Знімок з екрану сторінки індивідуальних досягнень освітньої активності здобувача вищої освіти в межах навчальних дисциплін в MOODLE [3]

У 2020 році у всіх здобувачів вищої освіти та науково-педагогічних працівників з'явилася можливість онлайн-зв'язку зі своєю кафедрою. Запроваджено форум для відкритого спілкування між студентами і викладачами (рис. 1.4).

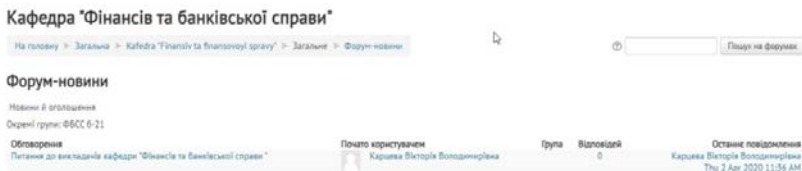


Рисунок 1.4 – Знімок з екрану сторінки форуму кафедри «Фінансів, банківської справи та страхування» [3]

Завдяки нововведенням ПУЕТ у 2020 році здобувачі вищої освіти можуть проходити обрані ними раніше персональні дистанційні курси (вибіркові навчальні дисципліни), що виходять за рамки їхньої професійної програми (рис. 1.5).



Рисунок 1.5 – Знімок з екрану сторінки досягнень освітньої активності студентів в MOODLE в межах вибірових навчальних дисциплін [3]

Отже, такий кооперативний заклад вищої освіти як ПУЕТ у період поширення коронавірусної хвороби COVID-19 створив нові умови, розширив можливості та забезпечив якість освітньої діяльності для здобувачів вищої освіти.

Список використаних інформаційних джерел

1. Інформація сайту Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі». – Режим доступу: <http://puet.edu.ua/> (дата звернення 09.03.21). – Назва з екрана.
2. Педченко Н. С. Стратегічне планування розвитку закладу вищої освіти / Н. С. Педченко. – Магістерська дипломна робота на здобуття наукового ступеня магістра за спеціальністю 051 Економіка освітня програма «Економіка підприємства». Полтавський університет економіки і торгівлі. 2021. – 150 с.

3. Інформація сайту Головного центру дистанційного навчання Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі». – Режим доступу: <https://el.puet.edu.ua/> (дата звернення 17.03.21). – Назва з екрана.

ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА

К. С. Афанасьева, студентка специальности «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», группа Бс-21

И. Н. Новикова, научный руководитель, ст. преподаватель кафедры бухгалтерского учета

Учреждение образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации»

Понятие социальной ответственности бизнеса появилось в конце XX века. Существует множество мнений на тему, несет ли бизнес социальную ответственность, и если да, то как она проявляется.

Значительное число ученых и исследователей сходятся во мнении, что основная цель бизнеса – делать деньги и получать прибыль, приводя в пример высказывание известного экономиста Милтона Фридмана о том, что «Существует одна и только одна социальная ответственность бизнесмена: использовать свои ресурсы и энергию для получения максимальной прибыли, при условии, что его действия совершаются в рамках правил игры» [1]. В данном случае ответственность бизнеса рассматривается как форма социального обмена, а затраты на социальные программы – как часть транзакционных издержек. Моральная и социальная ответственность бизнесмена состоит лишь в том, что любые его действия совершаются в рамках закона.

Однако, как и полагается, есть противоположное мнение относительно данного вопроса. Значение имеет только та экономика, которая, помимо своего основного предназначения – удовлетворять потребности человека, имеет и определенную этическую ориентацию. По мнению известного швейцарского экономиста и социолога Артура Риха, стремление лишь к максимизации прибыли делает человека средством экономики, тогда как на самом деле именно экономика является средством для роста и гармоничного развития человека [2].

Ответственность бизнеса легче всего представить в виде пирамиды. Одной из попыток представления социальной ответственности бизнеса как целостной системы является модель корпоративной социальной ответственности, предложенная в конце 1970-х гг. американским экономистом Арчи Кэрроллом (Archie B. Carroll). Три уровня пирамиды соответствуют трем сферам общественного устройства – экономике, правовой системе и этическим нормам.

Концепция тройного критерия (англ. Triplebottomline, TBL или 3BL) – концепция выстраивания бизнеса, согласно которой предприниматели и менеджеры должны принимать в расчет не только финансовые показатели, но также социальные и экологические результаты деятельности компании. Согласно данной концепции бизнес строится на «трех столпах устойчивого развития» – это планета, люди и прибыль. Используется не только как инструмент менеджмента, но и как инструмент ведения бухгалтерского учета.

При реализации социальной ответственности бизнеса на практике необходимо обеспечить баланс между различными составляющими бизнеса, поскольку каждый элемент рассматривает социальную ответственность с точки зрения, наиболее оптимальной для решения своих собственных задач. Для PR-менеджеров – это защита имиджа компании, персонала – справедливое вознаграждение за труд, экологов – природоохранные мероприятия и т. д.

Одной из проблем социальной ответственности бизнеса является мотивация предприятия к ее осуществлению. Важно понимать, что социально ориентированное поведение компании носит добровольный характер и предполагает затраты. Именно по этой причине многие отечественные бизнесмены считают, что их социальная ответственность состоит только в том, чтобы организовать рабочие места, платить зарплату и налоги, и, по возможности, не загрязнять окружающую среду, а обществу помогать только добровольно, по мере возможности.

Однако помимо издержек предприятие получит выгоды. Поскольку белорусская практика социальной ответственности имеет небольшую историю, для демонстрации данных выгод более показателен опыт экономически развитых стран. Сокращение операционных издержек, соответственно – увеличение прибыли, в результате внедрения экологически эффективных

технологій, таких як вторична переробка, економія енергопотреблення, скорочення шкідливих викидів тощо.

Таким чином, кожна компанія сама визначає межі соціальної відповідальності бізнесу, тобто єдиного визначення даного поняття немає. Існує багато різних мотивів і стимулів, здатних змусити компанії реалізувати свою соціальну відповідальність перед суспільством. Необхідно зазначити, що максимальні вигоди від реалізації соціальної відповідальності отримують від сукупності застосування критеріїв відповідальності.

Список використаних інформаційних джерел

1. Симхович В. А. Соціальна відповідальність сучасного бізнесу / В. А. Симхович, Е. А. Данилова, С. П. Романова [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://By.Odb-Office.Eu/Files/Docs/Socialnaja-Otvetstvennost-Biznesa-V-RB.Pdf>.
2. Анікеєва О. П. Соціальна відповідальність бізнесу та міжнародна конкурентоспроможність : навчальний та практичний посібник для ВНУ / О. П. Анікеєва. – Москва : Брайт, 2019. – 169 с.

СУЧАСНІ ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПАРК-ГОТЕЛІВ У ПОЛТАВСЬКОМУ РЕГІОНІ

Н. С. Ходіс, студентка спеціальності *Готельно-ресторанна справа, група ГРС-43*

Т. В. Капліна, науковий керівник, *д. т. н., професор, завідувач кафедри готельно-ресторанної та курортної справи Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

Минулий рік став найважливішим для світової й української індустрії гостинності. Закриття кордонів між державами, повне обмеження сполучення між областями України, жорсткі карантинні заходи щодо готелів та ресторанів спровокували велику кількість проблем. Жоден з експертів наразі не може стверджувати, що чекає на сферу гостинності після карантину та за який час вона зможе відновитись. Незважаючи на всю нестабільність ситуації, можливість нових спалахів хвороби, які несуть за собою нові обмеження, українські готельєри з усіх сил намагаються зберегти свій бізнес. Деякі створюють гібриди готельного номеру та офісу, інші змінили цільову аудиторію та віддали частину номерів в довгострокову оренду. Літо 2020 року

для українських туристів стало значно проблемнішим, що обумовлено закриттям кордонів і неможливістю виїхати на відпочинок за межі країни. Для українців перевага надавалася напрямкам у межах чорноморського та азовського узбережжя: Одеси, Бердянська та Кирилівки. У поле зору туристів потрапили також заміські готельно-ресторанні комплекси, які розташовувалися в так званій «зеленій» зоні, бо після довготривалого карантину більшість людей прагнула до спілкування з природою, тож екотуризм та сільський туризм стали доволі популярними і з кожним роком набирають все більше обертів.

На наш погляд, Полтавський регіон володіє значним ресурсом для екологічного та сільського туризму. Саме тут зосереджено значні культурні та туристичні об'єкти, чудові історико-етнографічні та економіко-географічні передумови. Полтавська область має м'які кліматичні умови, густу мережу річок (Ворскла, Сула, Псел). Основою курортних ресурсів області є джерела мінеральних вод у Миргородському, Новосанжарському, Великобагачанському, Кременчуцькому та Хорольському районах [1]. Міністерство аграрної політики визначає сільський туризм як: «один із різновидів господарської діяльності, у тому числі із залученням майна особистого селянського господарства, шляхом надання послуг з тимчасового проживання, харчування, проведення відпочинку (рибалка, катання на конях, купання в басейнах та озерах і річках), практичний показ процесів вирощування та догляду за рослинами, тваринами та бджолами, а також з виготовлення виробів з глини, вишивання, різьба по дереву, лозоплетіння та ін.» [2].

За даними Держкомстату України [3], у Полтавській області налічувалося близько 154 колективних засобів розміщення (2013 рік), а у 2019 році – 44, але серед них немає жодного парку-готелю.

Парк-готель – це особливий тип готелю, призначений для відпочинку, з великою впорядкованою територією, розташований у лісі, на березі річки, озера чи ставка, у мальовничому місці з численними галявинами, клумбами, альтанками, з доглянутими доріжками. Саме такий парк-готель необхідний Полтавщині для залучення внутрішнього туриста.

Проведені дослідження показали, що з точки зору значної привабливості для зеленого туризму займає село Книшівка Козельщинського району Полтавської області, де на території

5,9 га на березі Солоного озера Князево і річки Псьол розташована недобудова лікувально-оздоровчого комплексу, який виставлено на продаж. До його складу входить: будівлі і споруди площею 4,16 га, де розміщено головний корпус (готель); площа забудови – 1 115 м² (цокольний і три поверхи); оздоровчий корпус з критим басейном – 699 м². На території, яка оточена лісовими насадженнями, міститься маєток князя Імеретинського, побудований на початку ХХ століття. Природа створила прекрасні умови для відпочинку: пологі береги річки й озера, цілюща вода і спів птахів – місце, де можна зайнятися плаванням, прогулянками на каяках або релаксацією на березі [4]. Пропонуємо упорядкувати тут паркову зону, де облаштувати окремі території з альтанками, квітниками тощо. Це сприятиме збереженню зеленої зони і підтримці екологічної та чистої території селища.

Підсумовуючи, слід зазначити, що реконструкція наявної території зі збереженням цільового призначення – оздоровчого з розширенням і створенням паркової зони – дозволить створити на Полтавщині парк-готель, який стане візитівкою регіону і задовільнить потреби найвибагливішого туриста в оздоровленні і відпочинку.

Список використаних інформаційних джерел

1. Яценко К. О. Наукова робота «Розвиток об'єктів зеленого туризму на Полтавщині» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://oblrada-pl.gov.ua/uploads/lstud/2014/01.pdf> – Назва з екрана. – Дата звернення 23.03.21
2. Розвиток сільських територій – Сільський туризм.– [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://agro.me.gov.ua/ua/napryamki/rozvitok-silskih-teritorij/silskij-turizm> – Назва з екрана. – Дата звернення 23.03.21.
3. Колективні засоби розміщення в Україні у 2019 році. Статистичний збірник [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/05/zb_kzr_2017.pdf. – Назва з екрана.
4. Архітектура з великою історією. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://green-forest.com.ua/> – Назва з екрана.

СЕКЦІЯ 1. ЯКІСТЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ: ПРОБЛЕМИ, ВИКЛИКИ, ПЕРСПЕКТИВИ

ЗНАЧЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ В КОНТЕКСТІ СУЧАСНОЇ ОСВІТНЬОЇ ПАРАДИГМИ

Т. О. Гапон, студентка спеціальності Фінанси, банківська справа та страхування, група ФКМ-11

А. М. Соколова, науковий керівник, к. е. н., доцент, доцент кафедри фінансів та банківської справи Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Одне з найбільш актуальних питань сьогодення на вітчизняному ринку праці – це питання якості освіти. Пропозиція на ринку праці формується під впливом процесів соціально-економічного життя суспільства. Однак висококваліфіковані фахівці, які можуть приймати виклики сучасності та мають хист до самоосвіти та розвитку протягом усього життя, зможуть конкурувати із потенційними конкурентами на посаду, будуть затребуваними завжди в будь-якій сфері економіки. Саме в цьому і полягає значення якості освіти в контексті сучасної освітньої парадигми.

Останнім часом питання про підвищення якості освіти та необхідності запровадження об'єктивних оцінок цієї якості є одним із обговорюваних серед науковців. Проте оцінки якості освіти розглядаються дуже спрощено, оскільки спрямовані лише на оцінку індивідуальних досягнень студентів та на процедури ліцензування, атестації й акредитації освітніх установ. Проте проблема ефективного оцінювання якості освіти набагато глибша.

Якість освіти – відповідність результатів навчання вимогам, встановленим законодавством, відповідним стандартом освіти та/або договором про надання освітніх послуг. Якість освітньої діяльності – рівень організації, забезпечення та реалізації освітнього процесу, що забезпечує здобуття особами якісної освіти та відповідає вимогам, встановленим законодавством та/або договором про надання освітніх послуг [1].

Проблеми якості освіти та державного контролю якості освіти досить широко були порушені в контексті сучасної освітньої парадигми.

Парадигма (від грец. *paradeigma* – приклад, зразок) визначається як модель постановки проблем, що береться за зразок вирішення дослідницьких завдань; є умовою певного виду теоретичної діяльності та включає в себе сукупність ідей, цінностей та переконань, визначених і визнаних науковими колами [2].

Основні положення класичної моделі системи освіти ґрунтуються на світоглядних засадах з раціоналістичним і гуманістичним філософським наповненням – це, передусім, раціональне сприйняття світу та утилітарно-практичне ставлення до нього. «Зрощення» онтологічної та гносеологічної проблематики у класичній філософії відображає такі риси класичної освітньої парадигми, як обов'язкова усвідомленість і відтворюваність освіти; першочергове значення її трансляційних функцій; приналежність освіти суб'єктові, який її ініціює і здійснює як діяльність. При цьому суб'єктом у класичному розумінні освіти завжди виступає вчитель, а об'єктом – учень [3].

Нова парадигма вищої освіти – парадигма гуманістична за своєю суттю, передбачає, що її головною ланкою буде окрема людина. Максимальне розкриття її індивідуальних здібностей, неповторних, унікальних особливостей психіки та інтелекту стають головною метою всього освітнього процесу [4].

Сьогодні набуває розвитку інформаційно-комп'ютерна парадигма освіти. Вважають, що освіта, заснована на інформаційних технологіях, є третьою глобальною революцією у розвитку людства: перша пов'язана з появою писемності, друга – з винаходом друкарства [5].

У сучасному освітньому середовищі набув актуальності процес побудови он-лайн-освітніх платформ, активного розвитку масових відкритих онлайн-курсів, дистанційна і онлайн-освіта, що було спричинено поширенням COVID-19, а в режимі самоізоляції, дистанційне навчання стало як ніколи актуально. Різкий перехід від традиційного до інноваційного способу навчання пов'язаний як з величезним потенціалом і перспективами для вдосконалення освітньої системи в цілому, так і з наявністю ряду проблем (наприклад, неготовність інфраструктури до забезпечення масової дистанційної освіти), а зокрема забезпечення якості освіти в он-лайн середовищі.

Таким чином, вимоги сучасності, викликані розвитком економічних знань та інформаційних технологій, а також невизначеністю майбутнього, формують абсолютно новий підхід до

якості освіти та її оцінки для забезпечення перспективних професій, затребуваних ринком. Якість освіти повинна бути спрямована на підготовку соціально адаптованих фахівців, здатних задовольняти вимоги економічного середовища та матимуть навички протягом життя самостійно здобувати та оновлювати власні знання та вміння відповідно до вимог ринку праці.

Список використаних інформаційних джерел

1. Про освіту [Електронний ресурс] : Закон України від 5.09.2017 р. №2145-VIII. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19#Text>. – Назва з екрана.
2. Іщенко М. П. Соціально-політична енциклопедія: наук. видання / М. П. Іщенко, О. М. Іщенко; за ред. д-ра філос. наук, проф. М. П. Іщенко. – Черкаси : «ІнтролігаТОР», 2012. – С. 389–390.
3. Боголюбов В. М. Місце освіти для сталого розвитку в концепціях і стратегіях переходу до сталого розвитку / В. М. Боголюбов // Матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. з міжнародною участю [«Стратегії розвитку екологічної освіти у XXI столітті» (м. Миколаїв, 27–28 березня 2014 року) / Чорноморський державний університет імені Петра Могили]. – Миколаїв : ФОП Швець, 2014. – С. 20–26.
4. Чумак О. В. Парадигма освіти XXI століття: інноваційні аспекти [Електронний ресурс] / О. В. Чумак // Запорізький національний технічний університет. – Режим доступу: https://virtkafedra.ucoz.ua/el_gurnal/pages/vyp7/konf1/Chumak.pdf. – Назва з екрана.
5. Касьянова О. М. Парадигмальний підхід до розвитку теорії та практики освіти / О. М. Касьянова // Східноєвропейський журнал внутрішньої та сімейної медицини. – 2017. – № 1. – С. 89–94.

ЗМІНИ В СИСТЕМІ ВИЩОЇ ОСВІТИ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ

В. Ю. Пятник, студент спеціальності Менеджмент освіти програма «Бізнес-адміністрування», група МЕН БА б-11

Л. М. Шимановська-Діанич, науковий керівник, д. е. н., професор завідувач кафедри менеджменту Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Ні для кого не секрет, що пандемія, спричинена коронавірусом COVID 19, дуже сильно вдарила по всіх галузях суспільного життя. Для кожного з нас це був сповнений випробувань рік, багато чого змінилося – від звичайного походу в магазин чи в кіно до навчання.

Нами був проведений моніторинг того, як функціонувала система вищої освіти в умовах пандемії, результатами якого ми б хотіли поділитися.

Учні та студенти належать, за медичними показниками, то низької категорії ризику захворювання порівняно з людьми поважного віку, але все ж потрібні запобіжні заходи, зокрема, дотримання соціальної дистанції, яке зменшує міжособистісні контакти і тим самим зводить до мінімуму передачу вірусу.

Після кризи COVID-19 онлайн-освіта стала педагогічним проривом від традиційного методу до більш сучасного підходу викладання і навчання – від класу до Zoom, від особистого до віртуального, від семінарів до вебінарів. У всьому світі вся система освіти, від початкової до вищої, була зруйнована в період ізоляції нового коронавірусного захворювання 2019 року (COVID-19). Пандемія змусила переглянути основні моменти онлайн-навчання в освіті, а також те, як наявні ресурси освітніх установ можуть допомогти перетворити формальну освіту в онлайн за допомогою віртуальних класів та інших онлайн-ресурсів. Процес онлайн-режимів викладання-навчання сприймається викладачами і студентами по-різному, іноді викликаючи труднощі і суперечки щодо ефективності їх використання [2].

Загалом Україна за досить швидко розробила та впровадила заходи для використання дистанційної освіти. І хоча виникали певні проблеми, проте відбувались конкретні дії щодо їх подолання, зокрема:

- технічні проблеми, пов'язані з необхідністю у досить стислі терміни впроваджувати та використовувати різноманітних систем та платформ для дистанційного навчання. Однак реальність показала, що всі заклади вищої освіти загалом виявились технічно підготовленими, що дало можливість лекції, семінари, практичні заняття проводити з використанням сервісу Google Classroom, знання оцінювались за допомогою текстових тестів, підготовка та презентація проєктів здійснювались через Skype, нові платформи, ресурси та соціальні мережі (Moodle, Zoom, Skype, Viber, Telegram, Messenger). Викладачі активно почали використовувати зовнішню систему дистанційного навчання – платформу Prometheus [1];

- психологічні проблеми, пов'язані з тим, що значна кількість студентів скаржилася на відсутність живого спілкування,

неможливість повторного складання пропущених практичних занять, значне збільшення кількості завдань, брак часу на їх виконання, зобов'язання виконувати свої сімейні обов'язки щодо контролю (догляду) за молодшими братами або сестрами на період карантину, обмежений доступ до комп'ютерів, оскільки батьки так само вимушені були працювати онлайн, тощо. Проте, з часом, і навчальні заклади, і сім'я почали більш адекватно реагувати на ці виклики.

З мого досвіду сам процес дистанційного навчання пройшов у цілому не погано, але так само були як позитивні, так і негативні моменти.

Серед негативних моментів найбільшою складністю для мене був не стабільний інтернет зв'язок.

Другим негативним моментом виявилася нестабільність розкладу роботи університету. У зв'язку з тим, що заклади освіти то закривали, то відкривали, це було певною мірою подібно на досить дивні американські гірки.

Проте серед позитивних моментів варто відзначити те, що я є студентом першого курсу і тому маю можливість порівнювати і шкільну, і університетську онлайн освіту. У моєму виші дуже зручна платформа для навчання, сам сайт «Дистанційне навчання ПУЕТ» надає всі можливості для того, щоб комфортно отримувати ту чи іншу інформацію за освітньою програмою.

Підбиваючи підсумки, можна зазначити, що зміни, безумовно, сталися, але для кожного вони були різними, залежно від закладу освіти, особистісних характеристик, життєвих звичок та іншого. Пандемія коронавірусу – це одна з проблем, яку ми з часом подолаємо, проте говорити, що повернемося до звичного життя, наразі не доводиться.

Список використаних інформаційних джерел

1. Covid-19 та дистанційне навчання у закладах вищої освіти: аналітичний огляд наукових публікацій з міжнародних видань. URL: <https://nubip.edu.ua/node/79877>.
2. Ялінська А. М. Навчальний процес у вищих навчальних закладах України. *Актуальні проблеми сучасної медицини: Вісник Української медичної стоматологічної академії*. Том 20. № 3 (2020). URL: <https://visnyk-umsa.com.ua/index.php/journal/article/view/325>.

ЄВРОПЕЙСЬКІ ПРАКТИКИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ

Л. П. Пасуля, студентка освітньої програми «Фінанси і кредит», група ФК м-11;

Т. А. Филь, студент освітньої програми «Фінанси, банківська справа та страхування», група ФБСС мб-11

О. В. Яріш, науковий керівник, к. е. н., доцент, завідувач кафедри фінансів та банківської справи

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

В умовах глобалізації актуальності набувають проблеми розробки нових підходів до інтелектуального і соціального капіталу. Вирішальну роль у цьому відіграє освіта.

Кожна держава має власну стратегію розв'язання проблем освіти і, зокрема, проблем вищої освіти. Для України в контексті реформування вищої освіти корисним може стати досвід Республіки Польщі. Польська вища освіта більш інтегрована в Європейський простір, ніж українська, і надалі продовжує інтенсивно вдосконалюватися відповідно до новітніх регіональних і світових тенденцій. Тому зрозумілим є інтерес до вивчення польського досвіду реформування у сфері вищої освіти серед українських науковців, освітян і представників адміністративної інфраструктури вищої школи.

Сучасна система вищої освіти Польщі формувалася протягом декількох останніх десятиріч під впливом низки важливих подій, як-от:

- розпад соціалістичного табору і перехід від планового господарства до ринкової економіки у 1990-х роках;
- підписання Болонської декларації, прийняття нового Закону про вищу освіту, який набув чинності у 1991 році;
- вступ Польщі до Європейського Союзу у 2004 році;
- підписання в 1997 році і ратифікація у 2004 році Лісабонської конвенції тощо [1].

Реформаторським став ухвалений 2018 року новий закон Республіки Польщі «Про вищу освіту та науку», або Закон 2.0. Як за своєю суттю та формою, так і за моделлю підготовки нормативний акт відповідає політичному гаслу: «Конституція для науки». Така асоціація була зумовлена його змістом, глибиною

запроваджених змін й консолідацію в єдиному тексті закону всіх найголовніших положень, що стосуються вищої освіти і науки, які до цього регулювалися окремими нормативно-правовими актами.

Робота над новим законом проводилася з урахуванням загальноприйнятих засад законодавчої техніки та добрих практик, на підставі засад участі та публічного діалогу, з пошануванням конституційної засади автономної та ідеї селективної дерегуляції [2].

Основною ідеєю цього закону стало формування сприятливих умов для функціонування польської науки, підвищення якості наукової діяльності, освіти та підготовки нового покоління дослідників.

Ключовими принципами функціонування вищої освіти та науки Республіки Польщі визначено:

- обов'язком органів державної влади є створення оптимальних умов для свободи наукових досліджень і художньої творчості, свободи навчальної діяльності та автономії академічної спільноти;

- кожен учений несе відповідальність за якість та доброчесність своїх досліджень і за виховання молодого покоління;

- заклади вищої освіти та інші дослідницькі установи реалізують місію, що має особливе значення для держави та нації; роблять ключовий внесок у розвиток інноваційної економіки, сприяють розвитку культури, створюють моральні стандарти у суспільному житті [2].

Особливо цінним для України, має бути втілений у нормативному акті досвід адміністрування сфери вищої освіти і науки, адже при його розробці враховано досвід польської інтелектуальної еліти, яка тісніше інтегрована у світовий і європейський науковий і освітній простір, зокрема в контексті вітчизняних європейських прагнень.

Отже, політика України в галузі вищої освіти має враховувати вимоги доби глобалізації й інтернаціоналізації та адаптувати успішний досвід розвинених країн світу відповідно до національних реалій.

Список використаних інформаційних джерел

1. Жулінська М. Польський досвід реформи вищої освіти Науковий часопис Інституту Польщі Східноєвропейського національного

університету імені Лесі Українки. 2018. URL: <https://ukrpolnauka.wordpress.com/2018/11/15/%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D1%8C%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B8%D0%B9-%D0%B4%D0%BE%D1%81%D0%B2%D1%96%D0%B4-%D1%80%D0%B5%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B8-%D0%B2%D0%B8%D1%89%D0%BE%D1%97-%D0%BE%D1%81%D0%B2%D1%96%D1%82/> (дата звернення: 15.03.2021).

2. Закон Республіки Польщі «Про вищу освіту і науку», ухваленого 20 липня 2018 року (зі змінами) / пер. з польської: І. Дегтярьова, С. Федонюк, Л. Колісник; наукова редакція: Т. Фініков й І. Дегтярьова. Київ : Таксон, 2020. 336 с.

НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ВИЩОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ

О. О. Цибань, студент спеціальності «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», група БЕМ-1018в

О. Б. Білоцерківський, науковий керівник, к. т. н., доцент кафебри підприємства, торгівлі та експертизи товарів Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

Останнім часом на ринку освітніх послуг України постежується як різке скорочення кількості закладів вищої освіти (ЗВО), так і чисельності абітурієнтів, які прагнуть до них вступити. Так, за даними Держкомстату України [1], упродовж 2009–2019 рр. кількість університетів, академій та інститутів скоротилася на 25 % з 350 до 281, а осіб, прийнятих на навчання, на 48% – з 370,05 до 250,1 тис. осіб. Не демонструють оптимізму результати онлайн-опитування, що проводилося Українським інститутом майбутнього спільно з Нью Імідж Маркетинг Групс [2]: лише 30 % респондентів вважають, що вчитися треба винятково в Україні, 20 % – мають намір це робити в іноземних навчальних закладах, а 20 % вагалися з відповіддю. Тому актуальним є дослідження законодавства у сфері якості вищої освіти України, зокрема й залучення студентів до діяльності ЗВО.

Визначимо поняття «якість вищої освіти». У Законі України «Про вищу освіту» констатовано, що «...якість вищої освіти – це відповідність умов провадження освітньої діяльності та результатів навчання вимогам законодавства та стандартам вищої освіти, професійним та/або міжнародним стандартам (за наявності), а також потребам заінтересованих сторін і

суспільства, що забезпечується шляхом здійснення процедур внутрішнього та зовнішнього забезпечення якості» [3].

Не менш важливою є участь студентів у діяльності ЗВО, зокрема в його управлінні та забезпеченні якості вищої освіти, адже студенти є головними споживачами освітніх послуг. Це питання регулюється за допомогою студентського самоврядування. У статті 40 Закону України «Про вищу освіту» студентське самоврядування визначається як «... право і можливість студентів (курсантів, крім курсантів-військовослужбовців) вирішувати питання навчання і побуту, захисту прав та інтересів студентів, а також брати участь в управлінні закладом вищої освіти. Воно забезпечує захист прав та інтересів студентів (курсантів) та їх участь в управлінні закладом вищої освіти» [3].

Як приклад практичної реалізації законодавства у сфері якості вищої освіти, розглянемо систему управління якістю [4] та органи студентського самоврядування в НТУ «ХПІ». Політика університету у сфері якості спрямована на забезпечення якості надання освітніх послуг шляхом поліпшення науково-методологічної, педагогічної та методичної майстерності науково-педагогічного складу, впровадження інноваційних технологій навчання, зміцнення матеріально-технічної бази університету, використання прогресивних інформаційних технологій, результатів фундаментальних і прикладних наукових досліджень з урахуванням потреб ринку, освітніх послуг і ринку праці.

Стратегічними цілями у сфері якості є: 1) впровадження зручних і сучасних способів здобуття вищої освіти, гнучких освітніх траєкторій відповідно до особистих мотивацій, здібностей і потреб тих, хто навчається; 2) модернізація освітніх стандартів, програм і технологій згідно з потребами ринку праці; 3) якісне управління та лідерство в освітній, науковій діяльності, автономія університету; 4) всебічне залучення інвестицій в освітній процес; 5) якісна політика у сфері підготовки здобувачів вищої освіти, яка заснована на надійних освітніх вимірюваннях і аналітиці; 6) саморегулювання та самовдосконалення освітньої системи університету. Реалізація політики та цілей у сфері якості досягається шляхом вирішення таких завдань: 1) удосконалення системи внутрішнього забезпечення якості; 2) впровадження та постійний розвиток системи управління якістю в університеті; 3) підвищення представницького іміджу університету.

Студентське самоврядування в НТУ «ХПІ» представлене одразу трьома великими студентськими організаціями: 1) Первинною профспілковою організацією студентів (Профком); 2) Органом студентського самоврядування ОСС «Студентський альянс» (СтудАльянс); 3) Студентською Радою «StudHeads».

Список використаних інформаційних джерел

1. Заклади вищої освіти (1990-2020). *Державна служба статистики України* : веб-сайт: URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/osv.htm (дата звернення: 17.03.2021).
2. В Украине каждый пятый выпускник планирует учиться за рубежом. *Facenews* : веб-сайт: URL: <https://www.facenews.ua/news/2021/500506/> (дата звернення: 17.03.2021).
3. Про вищу освіту : Закон України від 5 лют. 2021 р. № 1216-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18#Text> (дата звернення: 17.03.2021).
4. Політика і цілі в сфері якості НТУ «ХПІ». *Відділ забезпечення якості освітньої діяльності* : веб-сайт: URL: <http://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/quality/> (дата звернення: 17.03.2021).

ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ГОТОВНОСТІ ВИПУСКНИКІВ ДО РЕАЛІЗАЦІЇ КОНЦЕПЦІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Т. А. Лисенко, студентка спеціальності *Облік і оподаткування*, група ОА м-11

О. В. Карпенко, науковий керівник, к. е. н., професор кафедри *бухгалтерського обліку і аудиту*

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Формування сучасної генерації випускників, готових працювати в умовах глобальних викликів людству, стає нагальною проблемою сьогодення. Як показали зустрічі з роботодавцями, практика очікує активних та ділових професіоналів, а до випускників усіх спеціальностей висуваються посилені вимоги щодо наявності компетенцій, які дозволяли б примножувати капітал власника, сприяти розвитку бізнесу. Водночас зовнішнє середовище функціонування суб'єктів господарювання вимагає наявності вмінь працювати відповідно до неочікуваних вимог ринку та українського законодавства.

На кафедрі бухгалтерського обліку і аудиту ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки та торгівлі» вже

протягом багатьох років накопичувався досвід проведення наукових досліджень на окреслену тематику. Серед них доцільно виокремити праці О. Ф. Савченка [8], О. В. Карпенко [2–7], Г. О. Соболя [2, 4]. Ці дослідження проводилися зусиллями викладачів різних закладів вищої освіти [1]. У тематиці курсових та магістерських робіт студентам пропонувалися такі теми, як «Бухгалтерський облік екологічної діяльності підприємств», «Бухгалтерський облік економічної безпеки підприємства», «Облік, аналіз та аудит витрат на природоохоронну діяльність» тощо. Тобто увага студентів загострювалася на значущості цих питань. У змісті лекцій та інших структурних елементах за різними роками навчання за освітньою програмою «Облік і аудит» викладачі наводили певні приклади, пов'язані з розумінням концепції сталого розвитку. Разом з тим, у процесі навчання виникали певні проблеми. Їх можна виділити у дві групи: ті, що виникали через новизну та глибину досліджуваного питання; ті, що зумовлені особистим ставленням як викладачів, так і студентів до нагальності їх вирішення.

Сталий розвиток передбачає собою процес діяльності, за якого теперішні наші дії для задоволення своїх потреб не будуть завдавати шкоди майбутнім поколінням, які будуть жити на нашій планеті після нас.

Заглиблення в море сучасних публікацій за темою виконаного магістерського дослідження дозволило зробити висновки про складність підготовки нефінансової звітності про сталий розвиток, необхідність володіння широким колом нормативно-правових документів, поглибленням розуміннями інституційних запитів стейкхолдерів. Остання проблема поступово знімається завдяки зустрічам з практичними працівниками, які організовує кафедра. Наразі наша увага прикута до змісту сайтів, на яких оприлюднюються Звіти про сталий розвиток, Звіти про управління, зокрема суб'єктів, що функціонують у сфері аграрного бізнесу. Результати спостереження обговорюються на заняттях, розкриваються у курсовій роботі зі спеціальності.

Дисципліна «Бухгалтерський облік в управління підприємством» передбачає набуття студентами навичок створення інформації та розрахунку фінансових та нефінансових показників для цілей управління соціо- та еко-діяльністю, упереджувати ризики діяльності», дисципліна «Організація та методика ауди-

ту» орієнтована на опанування методів, які дозволяють формувати думку незалежного аудитора, яка необхідна для підтвердження фінансової звітності, «Управлінський облік» орієнтує на формування комунікативних умінь, важливих при зборі необхідної інформації, оскільки той же Звіт про сталий розвиток, що подається разом з фінансовою звітністю, повинен складатися разом зі спеціалістами різних служб.

Дослідження сайтів підприємств та пошук на них необхідної інформації формує у нас навички, які знадобляться у подальшому вирішенні практичних завдань, які постануть у процесі професійної діяльності.

Усе це, безумовно, сприяє набуттю навичок критичного мислення, розуміння значимості професії «бухгалтер» у вирішенні складних завдань більш високого рівня. Разом з тим, готовність випускників до реалізації концепції сталого розвитку залежить не лише від змісту навчальних дисциплін, включених до освітніх програм, а й від публічних обговорень подібних потреб задля злагодженої взаємодії інвесторів та тих, хто своєю щоденною працею втілюватиме конкретні завдання у життя.

Список використаних інформаційних джерел

1. Жук В. М., Попко Є. Ю., Шендерівська Ю. Л. Бухгалтерський облік: перегляд предмету і назви професії. *Облік і фінанси*. 2020. № 1 (87).
2. Карпенко О. В., Соболев А. О. Управление эффективностью экологических проектов на основе информации бухгалтерского учета. *Дванадесета международна научна конференция на младите учени «Икономиката на България и Европейския Съюз: наука и бизнес»*: сборник с доклади, 11 ноември 2016 г., г. София. София, Издателство на ВУЗФ «Св. Григорий Богослов»: 2016.
3. Карпенко О.В., Головіна Д.В., Муковіз В.С. Інституційний підхід до розвитку управлінського обліку. *Науковий вісник ПУЕТ, серія Економічні науки*, 2018.
4. Карпенко О. В., Плікус І. Й., Соболев Г. О. Облік як ціннісний ресурс для задоволення соціально-екологічних проектів стейкхолдерів. *Корпоративна соціально-екологічна відповідальність та партнерство стейкхолдерів задля сталого розвитку : монографія ; за заг. ред. І. О. Макаренко*. Суми : Сумський державний університет, 2020.
5. Карпенко О. В., Головіна Д. В., Плікус І. Й. Фінансові аспекти екологічно стійкого розвитку територій. *Зб. мат. II Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Пріоритети розвитку фінансової системи держави»*, 09–10 квітня. 2020 р., м. Полтава.

6. Карпенко О. В., Головіна Д. В., Плікус І. Й. Інтегрована звітність як чинник формування репутації бізнесу в умовах дії концепції сталого розвитку. *Матеріали VI Міжнар. наук.-практ. конф., присвяченої 20-й річниці створення кафедри аудиту*; 10 грудня 2020 р. Київ : КНЕУ, 2020.
7. Карпенко О. В., Плікус І. Й. Цінність освіти для професійного становлення, економічного зростання та безпеки. *Траєкторії формування національної інноваційної стратегії забезпечення економічної безпеки України: монографія*. Суми : Сумський державний університет, 2020.
8. Савченко О. Ф., Байда А. О., Мілька А. І. Екологічна економіка: теорії, практика, юридична відповідальність : навч. посіб. Полтава : ПУЕТ, 2016.

АКАДЕМІЧНА МОБІЛЬНІСТЬ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ У ВІТЧИЗНЯНОМУ ОСВІТНЬОМУ ПРОСТОРІ

К. О. Білюк, студентка спеціальності Фінанси, банківська справа та страхування, група ФБСС мб-11

О. В. Гасій, науковий керівник, доцент кафедри фінансів і банківської справи, к. е. н., доцент

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

У сучасних умовах вітчизняні заклади вищої освіти прагнуть так організувати освітній процес, щоб підготувати високопрофесійного фахівця, який може зарекомендувати себе на ринку праці гідним відповідного ступеня вищої освіти. Одним із напрямів підвищення конкурентоспроможності здобувачів вищої освіти можуть стати програми академічної мобільності як у вітчизняному, так і зарубіжному освітньому просторі.

У вітчизняному освітньому середовищі можливості участі здобувачів вищої освіти окреслені чинними нормативними документами МОН України [1, 2], а також низкою внутрішньовузівських документів у межах їх автономії, якими регламентується порядок реалізації права на академічну мобільність.

Цілі академічної мобільності здобувачів вищої освіти полягають у:

- підвищенні якості освітніх послуг та ефективності здійснення наукових досліджень;

- підвищенні рівня конкурентоспроможності випускників закладами вищої освіти;
- розширенні досвіду здобувачів вищої освіти щодо особливостей освітнього процесу в інших навчальних закладах та установах;
- інтеграції в освітній процес інтелектуального потенціалу з інших держав;
- встановленні партнерських зв'язків між закладами вищої освіти й установами.

Досягнення вищенаведених цілей академічної мобільності здобувачів вищої освіти окреслено такими завданнями, як:

- покращення рівня теоретико-практичної підготовки здобувачів, розвиток можливостей до наукових пошуків за новітніми технологіями і методами;
- набуття фахових навичок під час проходження усіх видів практик;
- перспектива отримання здобувачем вищої освіти документів про вищу освіту в закладах вищої освіти-партнерах із зазначенням шкали оцінювання ;
- підвищення рівня володіння іноземними мовами тощо.

У сучасних умовах вітчизняні і зарубіжні заклади вищої освіти постали перед проблемами, що обумовлені пандемією коронавірусу COVID-19. Тому й процеси реалізації програм академічної мобільності здобувачів вищої освіти у вітчизняному освітньому просторі зазнали суттєвих трансформацій у напрямку залучення здобувачів з використанням дистанційних технологій. Тобто поширення набула віртуальна академічна мобільність як спосіб залучення студентів до отримання освіти у інших ЗВО. Як зазначено в роботі [3], її завданнями є:

- формування електронних освітніх ресурсів у відповідності з узгодженими стандартами.
- розробка вимог до апаратно-програмованого, комунікаційного і програмного забезпечення учасників освітнього процесу.
- підвищення кваліфікації викладачів з орієнтацією на засоби організації віртуального навчання та електронну дидактику.

Як показав досвід, віртуальна академічна мобільність здобувачів вищої освіти у вітчизняному освітньому просторі має ряд переваг, що полягають у:

- відсутності обмежень чисельності учасників за програмами академічної мобільності між ЗВО-партнерами;
- відсутності потреби в зміні місця тимчасового проживання за рахунок долученості до освітнього процесу в закладі-партнері(-ах);
- економії фінансових коштів за програмами академічної мобільності, оскільки немає переїздів;
- набутті досвіду навчання у закладі-партнері;
- можливості продовження навчання після закінчення програми академічної мобільності.

Отже, академічна мобільність здобувачів вищої освіти у вітчизняному освітньому просторі модифікується під потреби всіх учасників освітнього процесу в умовах негативних впливів чинників зовнішнього середовища.

Список використаних інформаційних джерел

1. Закон України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 № 1556-VII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18#Text> (дата звернення: 14.03.2021 р.).
2. Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність, постанова КМУ від 12 серпня 2015 р. № 579. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/579-2015-п#Text> (дата звернення: 14.03.2021 р.).
3. Козиренко В. П. Віртуальна мобільність: стан і перспективи / *Академічна мобільність – фактор освітньої євроінтеграції України* : матер. Міжнар. наук-практ. конф., Харків, 16–19 листоп. 2010 р. Харків : Изд-во НУА, 2010. 364 с.

ДОСТУПНІСТЬ ТА ІНДИВІДУАЛІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ У ВИЩОМУ НАВЧАЛЬНОМУ ЗАКЛАДІ

О. О. Подоляк, студент спеціальності «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», група БЕМ1018.в

О. Є. Гапоненко, науковий керівник, к. е. н., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та експертизи товарів
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

Формуючи основні показники якості освіти [1], у групі показників характеристики якості навчального процесу виділяють доступність та індивідуалізацію навчання. Запровадження цих показників дасть змогу підвищити ефективність навчання у вищому навчальному закладі. Так, за дослідженнями Зимовиної О. А. [2] :

– під індивідуалізацією навчання у вищій школі розуміється облік в навчально-виховному просторі функціональної системи змістовних і процесуальних властивостей психофізіологічного, психологічного та особистісного рівнів індивідуальності студента;

– в процесі індивідуалізації навчання необхідно враховувати домінуючі когнітивні стилі студентів, які проявляються в пізнавальній, комунікативній і творчій складових поведінкової активності;

– ефективність навчання будується на основі наступних принципів індивідуалізації: інтегративності, особистісного підходу, активності, вмотивованості;

– необхідно здійснювати на основі формування у викладача вищого навчального закладу системи знань і вмінь з обліку процесуальних складових розумової діяльності студентів.

«Доступність, дохідливість навчання виявляється в компенсуванні складнощів змісту навчального матеріалу майстерним його викладанням. Принцип доступності залежить і від дотримання правила послідовності: від простого – до складного» [3]. Відповідно до цього принципу розробляють педагогічно обгрунтовані програми, підручники і методи навчання.

Список використаних інформаційних джерел

1. Нечаєва І. А. Формування системи показників якості вищої освіти / І. А. Нечаєва, Г. Д. Нечаєва // Економіка і регіон. – № 2 (33). – 2012 – С. 79–83.
2. Зимовина О. А. Индивидуализация обучения в вузе с учетом доминирующих когнитивных стилей студентов : дис. доктор педагогических наук. Спец. : 13.00.01. – Сочи, 2001. – 278 с.
3. Козлова Г. М. Методика викладання у вищій школі : навч. посіб. – Одеса, ОНЕУ, 2014. – 200 с.

ЯКІСТЬ ПІДГОТОВКИ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ «ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СПРАВА»

А. Є. Акулович, студентка спеціальності «Готельно-ресторанна справа», група ГРС-21

В. Д. Карпенко, науковий керівник, к. е. н., доцент кафедри готельно-ресторанної та курортної справи
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Проблеми забезпечення якості підготовки випускників залишаються для Вищого навчального закладу Укоопспілки «Пол-

тавський університет економіки і торгівлі» першочерговими, оскільки якість посідає важливе місце в управлінні його діяльністю. Створення системи управління якістю діяльності університету почалося більше як 20 років тому і реалізується відповідно до міжнародних стандартів ISO серії 9000.

Проблеми досконалості, професіоналізму, актуального змісту навчання, ефективних форм та методів навчання, індивідуалізації навчання, впровадження інноваційних технологій та їх розвиток обговорюються на щорічних міжнародних науково-методичних конференціях університету, кафедри вже мають досвід проведення студентських батлів під девізом «Якість вищої освіти як результативне формування компетентності та професійної свідомості».

Діяльність університету є студентоорієнтованою, а діяльність у сфері готельно-ресторанного бізнесу – клієнтоорієнтованою. Тому вважаємо за доцільне досвід забезпечення системи якості, який ми спостерігаємо в університеті, використовувати в подальшій практичній діяльності. Серед основних ресурсів будь-якого суб'єкта господарювання важливими є трудові ресурси, ряди яких щорічно поповнюються випускники вишів. Саме це засвідчує актуальність покращення процесу набуття студентами сучасних знань та вмінь, яких очікує готельно-ресторанний бізнес, зокрема в системі споживчої кооперації України.

Ознайомлення з оприлюдненою інформацією на сайті університету [5] свідчить про те, що серед старегічних завдань діяльності ПУЕТ є задоволення потреб суспільства у кваліфікованих фахівцях з вищою освітою, а серед тактичних завдань – організація підготовки висококваліфікованих фахівців у сфері готельно-ресторанного бізнесу. На нашу думку, реалізація цих завдань забезпечується такими заходами:

- академічна свобода університету;
- створення середовища співпраці;
- постійне оновлення змісту освітніх програм відповідно до запитів ринку праці та міжнародного досвіду організації готельно-ресторанного бізнесу [3];
- залучення студентів до наукових досліджень, які проводить кафедра готельно-ресторанної та курортної справи;
- формування лідерських якостей;
- створення умов для розширення компетенцій через надання можливостей виробу певних дисциплін;
- інституційна гнучкість університету;

- забезпечення можливості побудови індивідуальної траєкторії професійного становлення [2];
- набуття професійних навичок шляхом стажування у готельно-ресторанних комплексах зарубіжних країн [1];
- стажування викладачів, які прагнуть бути на вістрі професії ;
- широке використання можливостей дистанційних технологій та інтернет-ресурсів.
- зворотній зв'язок з випускниками.

Цікавими для студентів є зустрічі з представниками реального бізнесу, які організовує кафедра готельно-ресторанної та курортної справи. Вони викликають гордість за випускників, які демонструють історії професійного успіху. Студенти, присутні на них, засвідчують, що наразі заклади індустрії гостинності мають негативні наслідки впливу пандемії, оскільки це суттєво зменшило отримані доходи та отриманий прибуток на інвестиції. Разом з тим, ті з них, які використовують сучасні інноваційні підходи до обслуговування та завоювали лояльність споживачів своїх послуг, простіше та швидше адаптуються до ситуації, яка нині склалася.

Це актуалізує завдання студентів набувати комунікативних, лідерських та діджитал-навичок, розвивати здатність аналізувати й передбачати тенденції розвитку індустрії гостинності та рекреаційного господарства, формувати та реалізовувати ефективні зовнішні та внутрішні комунікації, навички взаємодії, здатність управляти закладом в умовах змін, прагнути в усьому до досконалості, а отже, бути відповідальними в процесах забезпечення якості.

Можна залучати до співпраці студентів старших курсів, які були б тьюторами для меншокурсників. Передача їх досвіду була б корисною, наприклад, при проведенні наукових досліджень. Для студентів з високими результатами навчання цікавими були б зустрічі з викладачами різних факультетів, які мають оригінальні власні результати професійних здобутків, оскільки міжпредметність знань також має вплив на якість освіти за конкретним фахом.

Актуальною проблемою забезпечення якості навчання є вирішення викликів 2020–2021 навчального року. Формат традиційної лекції замінено інтерактивними лекціями, але вважаємо, що не всі студенти розуміють, що до них треба готуватися заздалегідь, спираючись на матеріали, представлені у дистанцій-

ному курсі викладача. У більшості курсів надаються матеріали для поглибленого вивчення, але не завжди вони опрацьовуються студентами. Разом з тим, навчатися без підтримки викладача досить складно, а натомість відвідуваність занять та вміння комунікувати бажають кращого.

Вважаємо, що до вирішення проблеми якості в університеті в певній мірі залучено членів Студенської ради. Так, періодично проводяться опитування здобувачів вищої освіти щодо їх розуміння забезпечення якості наявних освітніх програм, які пропонують кафедри. На основі результатів цих опитувань на засіданнях ректорату, Вченої ради, старостатах порушуються питання про задоволення якості надання освітніх послуг, наявних проблем її забезпечення студентами. Студентська рада разом із адміністрацією вишу вирішують ці питання, тим самим забезпечують комфортні умови для навчання здобувачів вищої освіти. Загалом студенти задоволені якістю надання освітніх послуг, вважаючи освітні програми достатньо інформативними й цікавими, а навчання комфортним, викладачів – готовими прийти на допомогу.

Університет – це системність. Кожен зі студентів повинен зрозуміти, що тільки професійний викладач може допомогти зробити й продемонструвати свій профіль успішної людини, який запалює та надихає. В основі партнерства має бути довіра та відповідальність. Це є основою лідерства студента, викладача та всього університету. Свідомі студенти мають переглянути своє бачення власної місії у розбудові споживчої кооперації України на основі якісний актуальних знань та вмінь у стратегічному плані.

Отже, якість підготовки бакалавра та магістра з готельно-ресторанної справи може бути реалізована при взаємодії науковців, практичних працівників, студентської молоді на основі принципів партнерства, взаємодії та довіри. Якісна освіта є основою для професійного становлення, економічного зростання та безпеки [4] і залежить від синергетичної роботи лідерів університетського менеджменту, викладачів та студентів з правлінням Укоопспілки.

Список використаних інформаційних джерел

1. Карпенко В. Д. Стажування як чинник конкурентоспроможності випускників / В. Д. Карпенко, О. В. Карпенко // Якість вищої освіти: чинники формування конкурентоспроможності випускників :

- матеріали XXXIX Міжнар. наук.-метод. конф. (м. Полтава, 23–24 січня 2014 р.) : в 2-х ч. – Полтава : ПУЕТ, 2014. – Ч. 2. 331 с. – С. 201–203.
2. Карпенко В. Д. Завдання, спрямовані на функціонування моделі практико-орієнтованого навчання [Електронний ресурс] / В. Д. Карпенко, О. В. Карпенко // Якість вищої освіти: вдосконалення змісту та організації практичної підготовки студентів : матеріали XL Міжнар. наук.-метод. Конф. 25–26 лютого 2015 року. – Полтава: ПУЕТ, 2015. – 322–326 с. URL: <http://catalog.uccu.org.ua/OpacUnicode/index.php?url=/notices/index/IdNotice:221337/Source:default>.
 3. Карпенко О. В. Драйвери змін в організації освітнього процесу [Електронний ресурс] // О. В. Карпенко, В. Д. Карпенко // Якість вищої освіти: компетентнісний підхід у підготовці сучасного фахівця : матеріали XLIII Міжнар. наук.-метод. Конф. (м. Полтава, 14–15 листопада 2018 року). – Полтава : ПУЕТ, 2019. – 328 с. – С. 102–104. URL: <http://194.44.39.210/bitstream/123456789/7021/1/11.2018.pdf>.
 4. Карпенко О. В. Цінність освіти для професійного становлення, економічного зростання та безпеки / Трасекторії формування національної інноваційної стратегії забезпечення економічної безпеки України: монографія / за заг. ред. канд. екон. наук, доц. Л. С. Захаркіної. Суми : Сумський державний університет, 2020. 194 с.
 5. Сайт <http://puet.edu.ua/uk/sistema-upravlinnya-yakistuyu>.

ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПОДГОТОВКИ МАРКЕТОЛОГОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

И. И. Епишин, магистрант специальности «Маркетинг», группа Юм-11з

А. А. Романюк, студент специальности «Маркетинг», группа Ю-21

Т. Н. Байбардина, научный руководитель, к. э. н., доцент, заведующая кафедрой маркетинга

Учреждение образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации»

Согласно концепции модернизации высшего образования Республики Беларусь на период до 2030 года основная цель высшей школы заключается в обеспечении разноуровневой и многопрофильной подготовки квалифицированных специалистов, конкурентоспособных на рынке труда, компетентных, ответственных, свободно владеющих своей профессией и ориентирующихся в смежных областях деятельности [1].

Внедрение двухуровневого образования в стране предполагает возрастание роли креативных, учебно-исследовательских компонентов в структуре профессиональной подготовки специалистов в области маркетинга. При этом формирование базовых профессиональных компетенций выступает в качестве приоритетной задачи на современном этапе развития высшего образования [2].

Как показывает практика, назрела объективная необходимость подготовки новых, узких специалистов в сфере маркетинга. К сожалению, в настоящее время в Республике Беларусь не осуществляется подготовка таких специалистов как:

- юзабилити-специалист – исследует, анализирует и совершенствует пользовательский интерфейс веб-ресурсов с целью создания более «дружелюбного» («user-friendly») интерфейса;

- геомаркетолог – специалист по пространственному анализу географически локализованных маркетинговых данных;

- продуктовый дизайнер – специалист, который занимается разработкой и усовершенствованием способов взаимодействия интернет-пользователей с IT-продуктом, созданием его привлекательного интерфейса и внешнего вида;

- IT-евангелист – специалист, отвечающий за продвижение программных продуктов;

- нейромаркетолог – занимается исследованием предпочтений человека и причин принятия решений с помощью знаний по нейрофизиологии;

- аналитик Big Data (специалист по работе с большими данными) – специалист, который изучает большие массивы данных в различных сферах жизни, формулирует тенденции, выделяет тренды и прогнозирует дальнейшее развитие сложных систем;

- аккаунт-менеджер – специалист, который работает с клиентами и обеспечивает их лояльность, выявляет потенциальных клиентов, осуществляет анализ потребностей клиентов, их уровень и направленность;

- когнитивный копирайтер – специалист, который пишет тексты для ботов и других диалоговых интерфейсов,;

- маркетолог в области «умных технологий» – стратег, который занимается исследованием, прогнозированием и созданием потребностей населения в области «умных технологий»;

- специалист по таргетированному PR – формулирует задачи для исследований целевой аудитории с применением технологий Big Data и искусственного интеллекта;
- специалист по электронной коммерции – занимается системой торговли через интернет посредством интернет-магазинов, приложений и других сервисов.

Учитывая потребность в разработке приоритетных направлений в подготовке профильных специалистов, обладающих необходимыми компетенциями для решения профессиональных маркетинговых задач, целесообразно создать и внедрить систему специализированной подготовки специалистов, включающую в себя соответствующие алгоритмы и модели управления учебным процессом в системе высшего образования Республики Беларусь [3].

Реализация приоритетных направлений подготовки маркетологов в высшей школе позволит сформировать высококвалифицированный кадровый потенциал для Республики Беларусь.

Список использованных информационных источников

1. Концептуальные подходы к развитию системы образования Республики Беларусь до 2020 года и на перспективу до 2030 года / Министерство образования Республики Беларусь. – Минск : Национальный институт образования, 2018. – 37с.
2. Подготовка маркетологов в высшей школе в условиях инновационного развития Республики Беларусь : монография Т. Н. Байбардина [и др.]; под общ. ред. канд. экон. наук, доцента Т. Н. Байбардиной. – Гомель : учреждение образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации», 2017. – 216 с.
3. Специфика подготовки маркетологов в магистратуре Республики Беларусь : монография / Т. Н. Байбардина, О. А. Бурцева, Л. С. Наливайко; под общ. ред. канд. экон. наук, доцента Т. Н. Байбардиной. – Литва : Palmarium Academic Publishing, 2019. – 160 с.

ПРИОРИТЕТЫ ПОДГОТОВКИ МАГИСТРОВ ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ «МАРКЕТИНГ»

А. А. Романюк, студент специальности «Маркетинг», группа Ю-21

О. А. Бурцева, научный руководитель, старший преподаватель кафедры маркетинга

Учреждение образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации»

Для современного этапа развития образования в Республике Беларусь характерны динамичные преобразования, обусловленные происходящими процессами реформирования высшей школы, которые требуют поиска инновационных решений, позволяющих существенно повысить качество обучения в магистратуре и обеспечить соответствие образовательных услуг потребностям страны и граждан.

Инновационная направленность страны определяет, в свою очередь, и новые приоритеты в развитии высшей школы, которые должны быть направлены на совершенствование высшего образования, соответствие качества подготовки специалистов с высшим образованием требованиям современного уровня инновационного развития отраслей экономики и социальной сферы.

В настоящее время особую значимость в системе высшего образования приобретает подготовка магистров в Республики Беларусь, растёт интерес к получению магистерского образования, академическая степень магистра становится все более престижной и соответствует высшему уровню профессиональной подготовки специалиста с университетским образованием.

В большей степени популярность магистратуры объясняется возможностью улучшить карьерное и финансовое положение и выпускника университета, и опытного специалиста, и руководителя, которому не хватает системных знаний для эффективного управления бизнесом. Меняется отношение к магистратуре и у работодателей. Как показывает практика, при приеме на работу наниматели все больше обращают внимание на наличие диплома магистра у соискателя. По оценкам специалистов рынка труда Европы, сотрудник со степенью магистра зарабатывает на 30 % больше. По данным исследований 89,9 % выпускников магистратуры имеют преимущество на рынке труда за рубежом [1].

Подготовка кадров на уровне магистратуры осуществляется для всех отраслей народного хозяйства Республики Беларусь. Больше всего востребована подготовка магистров в сфере экономики и управления (46,2 %), а также в сфере техники и технологии (17,7 %). Среди магистерских программ особой популярностью у абитуриентов пользуется специальность «Маркетинг», по которой ведут подготовку специалистов 12 учрежде-

ний высшего образования (23,5 % от общего числа учреждений высшего образования) [2].

Согласно предварительным заявкам отечественных организаций ежегодная потребность отраслей экономики в магистрах по специальности «Маркетинг» составляет не менее 150 человек, из них 80 % – представители инновационно-ориентированных организаций, 20 % – сферы образования [3].

Потребности рынка в специалистах-маркетологах обусловили необходимость в их специальной профессиональной подготовке. Повышение уровня системы управления подготовкой магистров, создание необходимых условий для внедрения инновационных подходов в обучении магистрантов обуславливают необходимость решения определённых задач, ориентированных на формирование системы опережающей подготовки специалистов для сегментов быстрого экономического роста, в том числе наукоемких отраслей, высокотехнологичных сфер деятельности и производств.

Важную роль при этом играет использование оптимальных форм взаимодействия образования, науки и производства, ориентированных на формирование необходимых профессиональных компетенций у выпускников магистратуры, что позволит укрепить кадровый потенциал страны, обеспечит органичное вхождение в европейское образовательное пространство, не теряя достижений и традиций отечественной высшей школы.

Список использованных информационных источников

1. Подготовка маркетологов в высшей школе в условиях инновационного развития Республики Беларусь: монография Т. Н. Байбардина [и др]. ; под общ. ред. канд. экон. наук, доцента Т. Н. Байбардиной. – Гомель : Учреждение образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации», 2017. – 216 с.
2. Статистический сборник «Образование в Республике Беларусь». – Минск : Республиканское унитарное предприятие «Информационно-вычислительный центр Национального статистического комитета Республики Беларусь», 2018. – 219 с.
3. Специфика подготовки маркетологов в магистратуре Республики Беларусь : монография Т. Н. Байбардина, О. А. Бурцева, Л. С. На-

ливайко ; под общ. ред. канд. экон. наук, доцента Т. Н. Байбардиной. – Литва : Palmarium Academic Publishing, 2019. –160 с.

ЗАСТОСУВАННЯ ПОЛІЛІНГВІСТИЧНОГО НАВЧАННЯ У ПІДВИЩЕННІ ЯКОСТІ ПІДГОТОВКИ СТУДЕНТІВ СПЕЦІАЛЬНОСТІ «МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ» У ЗАКЛАДАХ ОСВІТИ УКООСПІЛКИ

А. А. Бакум, студентка спеціальності Міжнародні економічні відносини, група МЕВ МБ 6-21

В. Ю. Стрілець, науковий керівник, к. е. н., доцент кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин, Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Володіння професійною іноземною мовою для фахівців у галузі економіки – одна з умов успішної роботи та кар'єрного зростання, оскільки завданням економіста є аналіз не тільки внутрішнього середовища компанії та його діяльності на вітчизняному ринку, а й дослідження зовнішнього середовища, у тому числі міжнародного економічного ринку. Для проведення визначеного аналізу необхідний рівень знання англійської мови, достатній для вільного користування статистичними та аналітичними джерелами міжнародних організацій. Окрім того, англійська мова стає необхідним засобом взаємодії із іноземними партнерами, постачальниками, контрагентами тощо. З огляду на це застосування полілінгвістичного навчання в освітніх програмах студентів спеціальності «Міжнародні економічні відносини» є обґрунтованим, необхідним і доцільним до впровадження вже на ранніх етапах навчання.

Метою дослідження є обґрунтування важливості застосування полілінгвістичного навчання та визначення шляхів підвищення якості підготовки студентів у навчальних закладах Укоопспілки за допомогою цього інструменту.

Український бізнес все більше інтегрується у світову економіку, і знання іноземної мови стає такою ж базовою навичкою, як уміння працювати на комп'ютері. Отже, зростає потреба в спеціалістах сфери міжнародні економічні відносини з гарним володінням професійною іноземною мовою, адже наразі підприємства та фірми намагаються відмовлятися від послуг переклада-

дачів, і охочіше наймають на роботу співробітників, здатних перекладати вузькопрофільну літературу і документацію.

Сучасні економісти мають практичні навички у сфері міжнародної торгівлі, інвестицій і фінансів. Їх рішення ґрунтуються на розумінні процесів, що відбуваються на світовому ринку. Вони успішно орієнтуються в правилах і особливостях міжнародного бізнесу та вміють застосовувати норми міжнародного права і регулювати міжнародні економічні відносини. Важливою перевагою випускників закладів освіти Укоопспілки, зокрема міжнародних економічних відносин є те, що вони добре володіють діловою англійською мовою.

Ефективність полілінгвістичного навчання практично доведена рядом українських університетів. Зокрема, позитивним є досвід застосування цього інструменту у ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університеті економіки і торгівлі», де навчання англійською мовою починається з 2 курсу, що дає змогу студенту підвищити свої знання протягом 1 курсу. Так, в освітній програмі рівня бакалавра з міжнародних економічних відносин англійською мовою викладаються такі дисципліни: «Міжнародна бізнес-статистика, крос-культурні комунікації», «Міжнародна макроекономіка. Міжнародна мікроекономіка», «Міжнародний бізнес», «Міжнародні економічні відносини», «Основи міжнародного бізнесу» та тренінги «Кон'юнктурний аналіз в міжнародному бізнесі» і «Міжнародні бізнес-проекти». Це дозволяє використовувати в освітньому процесі оригінальні джерела та аналізувати дані з офіційних сайтів, як-от World Bank, Ease of Doing Business rankings, Global issues, Competitiveness pillars та інші.

Програма передбачає ознайомлення студентів не тільки з теоретичними аспектами міжнародного бізнесу, але і з різними культурами, звичаями та діловою практикою, що є перевагою у глобалізованій економіці.

Також студенти розробляють аналітичні, управлінські та кількісні навички, які дозволяють підвищити ефективність нових та вже наявних компаній. Ці навички разом із передовими знаннями якісних сфер бізнесу та іноземних мов роблять студентів конкурентоспроможними на ринку праці. Отже, викладання фахових дисциплін англійською мовою – це вимога сучасності.

Однак у процесі застосування полілінгвістичного навчання як інструменту підвищення якості освіти у вишах Укоопспілки виникає низка перешкод. Перша з них з'являється вже на початку навчання та пов'язана із тим, що значний відсоток студентів, які вступають на спеціальність «Міжнародні економічні відносини», мають досить низький рівень володіння англійською мовою. Це вказує на недостатній рівень підготовки майбутніх студентів у загальноосвітніх школах до полілінгвістичного навчання. Як результат, утворюються групи студентів з різними рівнями володіння іноземною мовою.

Одним із напрямів вирішення цієї проблеми, на наш погляд, є запровадження вхідного тестування, за результатами якого формується декілька груп для викладання англійської мови різного рівня (Elementary (A1), Pre-Intermediate (A2), Intermediate (B1) та Upper-Intermediate (B2)). Для студентів, рівень володіння англійською яких є A1 та A2, потрібно збільшити інтенсивність програми викладання англійської мови, щоб до 4 курсу вони мали однаковий рівень. Це дасть змогу якісно та доступно викладати навчальні дисципліни спеціальності «Міжнародні економічні відносини» та випускати конкурентоспроможних фахівців.

Як висновок, слід зазначити, що застосування полілінгвістичного навчання у ЗВО Укоопспілки на спеціальності «Міжнародні економічні відносини» англійською мовою має перспективи і є доцільним у кожному закладі вищої освіти України, адже підвищуються вимоги з боку роботодавців щодо конкурентоспроможності спеціалістів на ринку праці. Саме університет може забезпечити якісними знаннями для професійного розвитку майбутнього фахівця, де іноземна мова виступає необхідним і обов'язковим компонентом. У результаті оволодіння мовою випускники активно застосовують знання для вирішення професійних питань, що загалом підвищує результативність, а також позитивно впливає на ефективність підготовки і подальший успіх.

Список використаних інформаційних джерел

1. Вернигора С. М. Викладання фахових дисциплін англійською мовою в українському ВНЗ: освітній експеримент чи вимога сьогодення [Електронний ресурс] / С. М. Вернигора // Інтегровані комунікації. – 2016. – Вип. 1. – С. 18–22. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/integcommu_2016_1_5. – Назва з екрана.
2. Особливості викладання соціально-гуманітарних та економічних дисциплін англійською мовою [Електронний ресурс] /

Р. М. Ключник, А. С. Магдич // Вісник Університету імені Альфреда Нобеля. Серія : Педагогіка і психологія. – 2019. – № 2. – С. 182–191. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vduer_2019_2_24. – Назва з екрана.

3. Максимова К. В. Використання дидактичних ігор при викладанні дисципліни «Міжнародні фінанси» англійською мовою [Електронний ресурс] / К. В. Максимова // Вісник Національного університету оборони України. – 2014. – Вип. 6. – С. 98–102. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnaou_2014_6_19. – Назва з екрана.

QUALITY OF HIGHER EDUCATION IN UKRAINE

Whisper Benett, student of the specialty «Biotechnology and bioengineering», BT-21 group

Liudmyla Floka, Associate Professor of the Department of Commodity science, *Biotechnology and Expertise and Customs*, Ph.D.
Poltava University of Economics and Trade

The world does not stand still, it is constantly changing and evolving. Together with it, we change, our ideas about the natural and anthropogenic environment, about our capabilities and needs change. We strive to know more, to be able to do better, to learn faster. And in this way, education is the most powerful tool that can change the world. As a socio-cultural institution, education acquires new properties and features. But the desire of people to form or receive education of the highest quality remains unchanged, especially in the conditions of systemic transformations.

The quality of education is an extremely complex category: philosophical, political, managerial, pedagogical, and economic. It determines the quality of life of both the individual and society as a whole, as it is characterized not only by the amount of acquired knowledge and skills of professional activity, but also by the quality of personal, ideological, civic development of each individual. Perceptions of the quality of education and its content are not static. They reflect a certain historical epoch, the level of spiritual and technological development of society. High-quality education of all citizens is the basis for the creation of a high-quality and just society dreamed of by mankind, which has always served as a kind of guide to the development of our civilization.

Quality education can change ourselves and our worldview, the surrounding reality and the future. The course of historical civilization has led to the transition from industrial to information society,

in which the product of the highest value is information and the cost of human resources (as a source that produces this information), in developed countries reaches 80 % of national wealth [1].

The quality of higher education, according to the Law of Ukraine “On Higher Education”, means the main product of the higher education system – a set of certain worldview, behavioral and professionally significant properties and characteristics of a graduate that determine his ability to meet personal spiritual and material needs, and the needs of society.

The policy of the state in the field of quality of higher education, professional training and certification of specialists is aimed at achieving the optimal level of streamlining of pedagogical activities taking into account personal, social, economic, state needs and interests of educational subjects.

The quality of higher education is achieved through the use of quality curricula, research, staffing, infrastructure and the academic environment. Issues of quality of education, unification and adaptability of educational programs, clarity of their content and the possibility of practical implementation, recognition of documents on education are among the problems associated with the standardization of education. Their solution concerns not only our country. In the context of economic globalization, the problems of standardization are actively discussed in many countries around the world, because education is deeply integrated into the economy, social life, and its level and quality significantly affect the quality of life and the possibility of sustainable development of the world community [3].

Achieving high quality education is a central idea of the Bologna Process. Licensing and accreditation play an important role in this task.

The program documents of the Bologna Process use the term “assurance” in relation to the key concept of “quality of higher education”, which translates as “assurance” and “guarantee”. Such polysemy leads to a contradictory understanding of the quality of higher education, ways and means of obtaining it during the educational and professional training of future professionals, which can be clearly seen in the documented decisions of the Bologna Process.

A necessary perspective for the Ukrainian higher education system should be its involvement in the international accreditation system and joining the European network for quality assurance in higher education (ENQA).

The quality of education is a category that in essence reflects various aspects of the educational process – philosophical, social, pedagogical, political, demographic, and economic and others. Formulating the concept of quality of education, it can be defined through components that include educational standards, professionalism, modern technical teaching aids, modern pedagogical technologies, quality of education, training and production base, educational management, marketing, social partnership and multichannel funding.

Unfortunately, at the current stage of development of education in Ukraine, higher education institutions are acutely lacking in highly qualified teaching staff, which form the basis of quality teaching in educational institutions, as well as form the rating of the educational institution in comparison with others. Doctors and professors, who make up about 7 % of the total teaching staff, are particularly in short supply for many institutions. The vast majority of teachers do not have a degree or title at all.

To improve the quality of teaching and informing students, it is extremely important to have properly and easily developed educational and methodological support, as an important element of the Bologna education system is the emphasis on self-education and independent in-depth learning. It is also necessary to spread the use of educational material presented in electronic form and to introduce the concept of Internet education with the help of computer technology in higher educational institutions of Ukraine [3].

It is obvious that encouraging students to research significantly increases the overall level of education of its participants. Therefore, holding various conferences, rallies, research contributes to the growth of human scientific potential. To raise the level of education, a higher education institution must actively work with foreign specialists, researchers and scientists, invite them, as well as share educational achievements and gain experience. Simple facts such as proper logistical support of the training process and provision of scientific literature of educational institutions cannot be overlooked. The higher education institution should work on updating the technical and literary base of education.

References

1. Анненкова І. Критерії і показники якості освіти у ЗВО. URL: http://scienceandeducation.pdpu.edu.ua/doc/2011/8_2011/1.pdf (дата звернення: 05.05.2018).

2. Національна доктрина розвитку освіти [Електронний ресурс]. – URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/347/2002/>
3. Якість вищої освіти: теорія і практика: навчально-методичний посібник / за наук. ред. А. Василюк, М. Дей ; кол. авторів: А. Василюк, М. Дей, В. Базеляк (та ін.] ; НАПН України, Університет менеджменту освіти. – Київ : ПП Лисенко М. М., 2019. – 176 с.

ФОРМУВАННЯ SOFT SKILLS ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СТУДЕНТІВ СПЕЦІАЛЬНОСТІ «МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ» НА РИНКУ ПРАЦІ

Д. О. Шевченко, студентка спеціальності Міжнародні економічні відносини, група МЕВ-31

В. Ю. Стрілець, науковий керівник, к. е. н., доцент кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

У сучасному світі фахівець з міжнародних економічних відносин – це всебічно розвинута людина, яка здатна самостійно та швидко приймати рішення, виконувати теоретичні та практичні завдання, легко адаптуватися до змін та ефективно спілкуватися з людьми з різних країн. Для того, щоб підготувати конкурентоспроможного спеціаліста, потрібно фокусувати увагу не лише на формуванні у студентів «hard skills» (англ. «твердих» – професійних навичок), але й на тому, щоб розвивати у них саме «soft skills» (англ. «м'які», «гнучкі» – універсальні навички).

У наш час пріоритетного значення серед роботодавців набули саме гнучкі та різнопланові спеціалісти, які мають різноманітні навички, здатні швидко адаптуватися до нових завдань та володіють комунікативними компетенціями, а не просто фахівці з вищою освітою та вузькою професійною спеціалізацією [1]. Тож такі тенденції на ринку праці актуалізують необхідність набуття студентами «soft skills» протягом навчання в університеті.

Дослідженням даного питання займалися такі вітчизняні та зарубіжні науковці, як К. Коваль, К. Істоміна, Г. Яремко, І. Миськів, І. Зайцева, О. Кохан, Н. Пасик-Косарева, Т. Т. Truong, R. S. Laura, A. Abdullah, M. Z. Muhammad, A. Nasir.

«Soft skills», або «гнучкі навички» – це комбінація соціальних та комунікативних навичок людини, рис її характеру, соціального та емоційного інтелекту, яка дозволяє людям легко пристосовуватися до навколишнього середовища, ефективно співпрацювати з іншими та досягати своїх цілей [2]. До таких навичок відносять: уміння працювати в команді, оцінювати та приймати рішення, лідерські здібності, вміння висловлювати та аргументувати власну думку, комунікабельність, вміння проводити переговори, тайм-менеджмент, презентаційні та ораторські навички, вміння вирішувати конфлікти та безліч інших.

Для майбутніх спеціалістів з міжнародних економічних відносин «soft skills» є надважливими та невід’ємними складниками їхньої конкурентоспроможності на ринку праці. Численні дослідження показали, що близько 70–85 % кар’єрного успіху забезпечують саме «soft skills», тоді як «hard skills» формують решту 15–30 % [3]. Така статистика доводить, що роботодавці найбільше цінують у кандидатів «soft skills», тому розвиток саме цих навичок надає студентам конкурентної переваги. Але слід зазначити, що хоча важливість «soft skills» переважає у побудуванні успішної кар’єри, вони виступають доповненням до «hard skills», які є основою знань профільних дисциплін та практичної підготовки майбутнього спеціаліста.

Необхідність формування «soft skills» у студентів спеціальності «Міжнародні економічні відносини» впливає із професійних завдань, які постануть перед «економістом-міжнародником» після працевлаштування. Основними напрямками діяльності є спілкування та ведення переговорів з людьми різних культур та національностей, робота над різного роду проектами в команді, презентація власних ідей та результатів діяльності компаній, аналіз трендів на міжнародних ринках, оформлення контрактів та інші. Тож для підготовки професіоналів високого рівня університети повинні звернути свою увагу на розвиток «soft skills» у студентів, які допоможуть їм в успішному працевлаштуванні та побудові кар’єри.

Постає питання, як саме університети можуть допомогти студентам у формуванні їх «soft skills»? Науково доведено, що в кожній людині від природи є деякі «soft skills», але вони становлять не більше 15 % від того максимуму, який людина може розвинути [4]. Тому серед пріоритетних завдань університетів повинна бути допомога студентам у цьому розвитку

через: проведення різного роду тренінгів, семінарів; впровадження в освітню програму колективних проектних робіт, завдань на вирішення конфліктів, завдань, які потребують креативного вирішення; проведення практичних занять у формі дискусій, дебатів, активне заохочення студентів до висловлення та аргументації власної думки; залучення студентів до презентацій та публічних виступів.

Отже, ми вважаємо, що саме такий підхід до навчання студентів зі спеціальності «Міжнародні економічні відносини» дозволить університетам підготувати справді конкурентоспроможних спеціалістів, які відповідатимуть сучасним потребам ринку праці та зможуть адаптуватися до будь-яких його змін.

Список використаних інформаційних джерел

1. Кохан О. М., Soft Skills як необхідний компонент конкурентоспроможності майбутніх фахівців. *Soft skills – невід’ємні аспекти формування конкурентоспроможності студентів у XXI столітті*. Київ.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2020. С. 43–46.
2. Soft skills. Матеріал з Вікіпедії. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Soft_skills.
3. Truong T. T., Laura R. S., (2015). Essential Soft Skills for Successful Business Graduates in Vietnam.
4. Пасик-Косарева Н. О., Основні навички soft skills, які знадобляться студенту XXI століття для успішності у житті та кар’єрі. *Soft skills – невід’ємні аспекти формування конкурентоспроможності студентів у XXI столітті*. Київ.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2020. С. 68–70.

САМООСВІТНЯ КОМПЕТЕНТНІСТЬ ЯК НЕВІД’ЄМНА УМОВА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ФІАХІВЦІВ У ГАЛУЗІ ПРАВА

В. О. Бреус, студентка спеціальності Право, група ПР 6-31
Г. В. Терела, науковий керівник, к. і. н., доцент кафедри правознавства
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

XXI століття супроводжується постійними змінами. Для того, щоб завжди залишатись «на вершині», необхідно розвиватися. Самоосвіта з кожним роком набуває популярності, адже спеціалісти різних галузей розуміють, що загальні та спеціаль-

ні/фахові компетентності – це невід’ємний елемент конкурентоспроможності. Самоосвіта кожної людини залежить, з одного боку, від конкретного соціокультурного середовища, в якому вона перебуває і реалізує себе [1, с. 372], а з другого – є відповіддю на запити Європейського простору вищої освіти із закладеною в його основі ключовою компетентністю «навчитися навчатися».

Важливо, що особа має володіти не лише знаннями зі своєї сфери, а й суміжними. Саме тому заклади освіти не завжди в змозі це забезпечити. Водночас, як зазначається в Римському Міністерському Комюніке від 19.11.2020 р., заклади вищої освіти «повинні готувати всіх, хто навчається, до активного, критичного та відповідального громадянства і запропонувати можливості навчання впродовж життя задля підтримки їх ролі в суспільстві» [4]. Так, юрист має добре знати мову, щоб точно й ефективно донести інформацію; психологію, щоб краще розуміти людей та вміти на них вплинути; інформатику, щоб вміло й продуктивно використовувати комп’ютер у професійній діяльності тощо. Отже, юрист має володіти як *hard skills*, так і *soft skills*.

Запорукою успіху юриста є самоосвіта та постійний розвиток. Динамічність суспільних відносин зумовлює періодичну зміну законодавства. Так, юрист має бути обізнаним щодо внесення на розгляд парламенту нових законопроектів та відповідних законодавчих новацій. Цей фактор необхідний для ефективної роботи фахівця у галузі права, адже всі дії повинні вчинятися згідно з чинним законодавством. Важливо, щоб правник розумів необхідність такого моніторингу та систематично звертався до офіційного порталу Верховної Ради України.

У наш час існує безліч можливостей удосконалити себе, свої знання навички та вміння. Найпоширенішими є освітні портали. Так, функціонує ряд платформ, створених спеціалістами провідних університетів та організацій, на яких розміщені різноманітні онлайн-курси. Позитивною стороною українського ринку онлайн-освіти є не копіювання кращих західних практик, а прагнення створити власний навчальний продукт. Освітні платформи намагаються співпрацювати з провідними компаніями з метою розробки курсів за їх спеціалізацією [3, с. 90]. Найбільш відомими з них та корисними для юристів є: Prometheus, EdEra, ВУМ online, Coursera. Такі платформи містять як безкоштовні,

так і платні курси, які дають змогу здобути знання у різних сферах.

Одним із найефективніших засобів самоосвіти вважають вебінари. Такий захід відбувається в режимі реального часу через мережу Інтернет [2, с. 19]. Юридична спільнота досить часто організовує відеоконференції для обговорення актуальних та/або проблемних питань права. Періодично юристи-практики організовують зустрічі зі студентами юридичних факультетів для обговорення практичного застосування законодавства.

Зараз досить поширеними є юридичні блоги в соціальних мережах. Безумовно, для студентів-юристів та навіть зрілих спеціалістів така форма навчання є простою та зрозумілою. Так юристи обмінюються інформацією та знаннями, котрими володіють. При цьому варто перевіряти отриману інформацію в офіційних джерелах.

Також популярними є юридичні канали в Telegram і YouTube. Нині навіть найповажніші судді, адвокати, нотаріуси ведуть свої блоги та розповідають про особливості їхньої роботи, новели у законодавстві, цікаві правові випадки тощо. Деякі спеціалісти в галузі права переконані, що у час інформаційних технологій взаємозв'язок із колегами, студентами та громадськістю у такий спосіб є ефективним.

Отже, самоосвіта можлива лише за наявності бажання в особи та докладання нею зусиль. Самоосвіта є невід'ємною складовою конкурентоспроможності спеціалістів у галузі права, адже сьогодні зростають вимоги до юристів, але лише аудиторного навчання у вишах недостатньо для набуття знань, навичок та вмінь, необхідних для цієї спеціальності.

Список використаних інформаційних джерел

1. Бурлука О. В. Самоосвіта особистості як необхідний компонент сучасного освітнього процесу / О. В. Бурлука // Гілея: науковий вісник. – 2015. – Вип. 101. – С. 369–372.
2. Людвік Н. Вебінар як нова форма професійного спілкування / Н. Людвік, О. Шевченко // Бібліотечна планета. – 2012. – № 1. – С. 19–22.
3. Осецький В. Л. Роль масових відкритих онлайн-курсів у сучасному «освітньому ландшафті» / В. Л. Осецький, І. Л. Татомир // Економіка України. – 2017. – № 12. – С. 86–98.
4. Rome Ministerial Communiqué, 19 november 2020. – URL: http://ehea.info/Upload/Rome_Ministerial_Communique.pdf.

АНАЛІЗ НАПРЯМКІВ ОЦІНЮВАННЯ ЯКОСТІ УНІВЕРСИТЕТСЬКОЇ ОСВІТИ

В. С. Васильченко, студентка спеціальності «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», група БЕМ-1019в;

Є. О. Датченко студент спеціальності «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», група БЕМ-1019в;

С. О. Степуріна, науковий керівник, к. е. н., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та експертизи товарів
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

Реформування вітчизняної освіти має на меті істотно підвищити якість професійних компетенцій, зробити вітчизняні заклади вищої освіти конкурентоспроможними не тільки на рівні держави, але й на світовому ринку праці; знання, отримані студентами у процесі навчання в університеті, повинні бути затребувані будь-якою сферою економіки країни та суспільством і забезпечити наукову та практичну базу для соціально-економічного розвитку України на інноваційній основі.

Наслідком реформування вітчизняної освіти має стати створення ефективної системи взаємодії «освіта – наука – бізнес – влада». Також ефективність і якість університетської освіти та науки, зокрема, студентської, необхідно адекватно оцінювати для виявлення сильних та слабких сторін з метою подальшого вдосконалення системи університетської освіти.

Основними напрямками, за якими пропонується проводити оцінку якості університетської освіти, виступають:

1) забезпеченість ЗВО науковими і науково-педагогічними кадрами;

2) наявність сучасної матеріально-технічної бази, яка використовується в освітньому процесі, а також при проведенні наукових досліджень і розробок;

3) якість наукових та науково-технічних результатів на основі експертної оцінки з урахуванням рівня публікаційної активності.

На наш погляд, дієвість системи оцінювання якості університетської освіти прямо залежить від обґрунтованої системи показників, що мають віддзеркалювати визначені напрямки та методи визначення інтегрального показника освіти, який визначає загальний рівень її якості.

З вищевикладеного випливає, що процес отримання об'єктивної інтегральної оцінки якості університетської освіти має дуальний характер та реалізує поєднання інтересів як на рівні держави, так й на рівні окремого університету, а саме:

- на рівні держави – посилює обґрунтованість фінансових та нефінансових засобів стимулювання наукової діяльності ВНЗ, посилює якість наукової активності системи вищої освіти загалом;

- на рівні окремого ЗВО – посилює рівень його автономії та створює передумови перетворення закладу освіти в інноваційно-активний університет національного та міжнародного ринку освітніх послуг.

Тому формування саме трирівневої системи оцінювання якості освіти є, на наш погляд, оптимальним. Розглянемо її докладніше:

1 рівень – факультетський. Об'єктом оцінювання на даному організаційному рівні є якість освітньої діяльності, що реалізується основними структурними одиницями університету (факультети, навчально-наукові інститути), а результатом – рейтинг факультетів (інститутів) за їхньою академічною успішністю.

2 рівень – кафедральний. Основним структурним підрозділом, що реалізує наукову діяльність у межах факультету, є кафедра. У даному зв'язку доцільним є формування рейтингу кафедр щодо активності та результативності навчальної та наукової діяльності.

3 рівень – індивідуальний. На цьому організаційному рівні об'єктом оцінювання виступає кожен окремий студент, що надає можливість сформувати відповідний індивідуальний бал та побудувати рейтинг.

Отже, виділення організаційних рівнів реалізації проведення інтегральної оцінки якості освіти дозволить отримувати повні та об'єктивні результати.

Список використаних інформаційних джерел

1. Вавіліна Н. І. Оцінювання системи вищої освіти України за показниками міжнародних рейтингів / Н. І. Вавіліна, О. О. Чаркіна // Науково-технічна інформація. – 2015. – № 3. – С. 3–11.
2. Гнізділова О. А. Рейтингове оцінювання діяльності науково-педагогічних працівників [Електронний ресурс] / О. А. Гнізділова //

- Імідж сучасного педагога. – 2014. – № 7. – С. 17–19. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/isp_2014_7_7. – Назва з екрана.
3. Козерук Ю. В. Самооцінка як фактор становлення особистості студента / Ю. В. Козерук, Я. О. Євсейчик // Вісник Чернігівського національного педагогічного університету. Серія : Педагогічні науки. – 2015. – Вип. 124. – С. 163–165.
 4. Методичні рекомендації щодо створення системи управління освітою об'єднаних територіальних громад / Авт.: Айдер Сейтосманов, Олег Фасоля, Войцех Мархлевський // Розроблено разом з Департаментом освіти і науки Хмельницької обласної державної адміністрації. – Хмельницький: 2016. – 22 с.

КООПЕРАТИВНЕ НАВЧАННЯ ЯК ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ КРЕАТИВНОСТІ У МАЙБУТНІХ МЕНЕДЖЕРІВ

А. В. Гудько, студентка спеціальності Менеджмент, група МЕНБ-31

О. В. Лозова, науковий керівник, к. е. н., доцент

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

На тлі розвитку технологій і нових підходів до ведення бізнесу керівники компаній перебувають у стані війни за людські ресурси, здатні робити нездійсненне і вирішувати нерозв'язане. Керівники і власники іноземних компаній уже давно знають, що здатність мислити нестандартно, а не дисциплінованість, інтелект і диплом співробітника – ключовий інгредієнт успішності бізнесу.

Нині, в умовах формування інформаційної економіки, коли інформації більш ніж достатньо, а значну кількість стандартизованих операцій із часом зможуть виконувати роботи, майбутнім управлінцям необхідно сформувати нові компетентності, які дозволять їм бути готовими до життя і працювати в нових умовах, самостійно встановлюючи пріоритети та правила, розумно ризикуючи, активно та творчо змінюючи світ. Такі реалії сьогодення виводять на перше місце креативність та вміння використовувати її, як найбільшу конкурентну перевагу. За своєю суттю «креативність» включає в себе перш за все здатність створювати і знаходити нові оригінальні ідеї, що відхиляються від прийнятих схем мислення та успішно розв'язувати поставлені завдання нестандартним чином, а також бачення проблем під іншим кутом і їх рішення унікальним

способом. Креативне мислення – це революційне і творче мислення, що має конструктивний характер.

Креативні навички цінуються в кожній професії. До того ж людина, здатна нестандартно мислити, часто перебуває в центрі уваги й притягує до себе оточення завдяки оригінальному баченню світу й непередбачуваній манері висловлювання. Також люди, які володіють «креативністю», дуже цінуються в бізнесі, науці, культурі, мистецтві, політиці, – тобто в усіх динамічних життєвих сферах, де розвинена конкуренція. Зараз в умовах різних, різких змін «шаблонне мислення» не призводить до успіху в більшості компаній. Натомість креативність дозволяє мислити не стандартно і творчо. Тому компанії, щоб вижити, намагаються отримати одну з ключових конкурентних переваг – креативність в управлінні та бізнесі.

Не є винятком у цьому питанні і споживча кооперація, яка, як ніколи, потребує менеджерів нового покоління, які будуть володіти цією якістю. Тому тут на допомогу студентам-менеджерам приходить кооперативне навчання. Адже робота будь-якого менеджера пов'язана з персоналом, його координацією, з розвитком компанії в якій він працює, з розвитком людських здібностей. І саме кооперативне навчання і його методи дозволяють сформувати в собі цю «креативність».

Кооперативне навчання – метод навчання, в основу якого покладено співробітництво людей у групах. При такому підході студенти досягають успіхів у навчанні лише за умови ефектної взаємодії між собою. При використанні методів кооперативного навчання студенти зіштовхуються з необхідністю вербалізації своїх думок і аргументації своїх висловлювань. Вони вчаться дивитися на поставлену проблему з іншої точки зору та працювати з думками, які часто не збігаються зі їхніми. Саме тому ми пропонуємо в університеті розвивати такі методи кооперативного навчання, як:

«Учіння через навчання». Методика навчання розроблена і вперше застосована на практиці професором Жан-Полем Мартаном. Основна ідея полягає в тому, щоб навчити студентів здобувати знання і передавати їх своїм одногрупникам. Викладач у цьому випадку є лише режисером, який спрямовує їх діяльність у правильне русло.

Груповий пазл або мозаїка. Дидактичний метод групової роботи, розроблений у 1971 р. американським психологом Еліо-

том Аронсоном. При використанні даного методу виникає позитивна залежність студентів одне від одного, вони вчаться відповідальності і роботі в колективі.

Методика «Я-Ти-Ми». Дидактичний метод, розроблений швейцарськими педагогами Петером Галліна й Урсом Рафом. Концепція «Я-Ти-Ми» є частиною дидактичної концепції кооперативного навчання. Суть методу полягає в тому, що досліджувані матеріали не презентуються студентами безпосередньо. Замість цього досліджуваний матеріал подається у вигляді завдання, проблеми або загадки так, щоб студенти самостійно прийшли до його вирішення.

Отже, розвиток креативності у майбутніх менеджерів є основним завданням для закладів вищої освіти, які будують фундамент для розвитку професійних компетентності та здатність до нестандартного мислення, творчого підходу до вирішення стратегічних завдань, вміння приймати рішення і нести за них відповідальність, створювати інновації, необхідні для розвитку всього суспільства.

Список використаних інформаційних джерел

1. Сайт IBM URL: <https://www.ibm.com/thought-leadership/institute-business-value/c-suite-study/ceo> (дата звернення: 17.03.21). Назва з екрану.
2. Florida R. The Rise of the Creative Class. New York : Basic Books, 2012. 387 р.

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ПРОФЕСІОНАЛІЗАЦІЇ СФЕРИ ПУБЛІЧНИХ ЗАКУПІВЕЛЬ

***Д. О. Іванніков**, студент спеціальності Підприємництво, торгівля та біржова діяльність, освітня програма «Публічні закупівлі», група ПЗм-11*

***О. В. Манжура**, науковий керівник, проректор з науково-педагогічної роботи, д. е. н., професор кафедри бухгалтерського обліку і аудиту
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

Протягом 2019 року організаторами закупівель було оголошено 1 млн 378 тис. закупівель, з яких успішно завершено 1 млн 238 тис., що на 14,27 % більше, ніж у попередньому році. Але 140 тисяч оголошених закупівель були скасовані, не відбулися

або були зупинені через оскарження. Однією з причин низького рівня результативності публічних закупівель є недостатній рівень професійності учасників сфери публічних закупівель. Тому професіоналізація у сфері публічних закупівель визнана одним з основних напрямів Стратегії реформування системи публічних закупівель [1].

Професіоналізація сфери публічних закупівель є необхідною умовою для адаптації міжнародних стандартів в українській закупівельній практиці та для підвищення ефективності закупівель, які здійснюються для забезпечення потреб держави і громади.

Основна мета професіоналізації сфери публічних закупівель – це побудова високопрофесійного ринку публічних закупівель, зокрема спільноти професійних закупівельників, які здатні ефективно закуповувати в інтересах держави і територіальних громад в умовах постійного навчання, оплачуваної роботи та відповідної мотивації.

Державна політика у сфері професіоналізації у сфері публічних закупівель реалізується в таких напрямках:

1. Впровадження інструменту централізованих закупівельних організацій (далі – ЦЗО). Основною метою запровадження ЦЗО передусім є професіоналізація сфери публічних закупівель, досягнення економії коштів за рахунок агрегації обсягів закупівель та стандартизація системних циклічних однотипних закупівель замовників. Наразі Державна установа «Професійні закупівлі» – перша ЦЗО в Україні для проведення тендерів та закупівель за рамковими угодами в інтересах замовників. ЦЗО можуть бути створені як на центральному рівні, так і регіональному, а також визначені за територіальними ознаками або у конкретній сфері.

2. Проведення роз'яснювальної кампанії Департаментом публічних закупівель Міністерства економічного розвитку і торгівлі шляхом створення на сайті окремого розділу з професіоналізації у сфері публічних закупівель, де уповноважені особи та замовники можуть знайти інформацію щодо актуальних питань у сфері закупівель та досвіду роботи уповноважених осіб замовників.

3. Створення професійного стандарту «Фахівець з публічних закупівель» та внесення відповідної посади до класифікатора

професій. Розроблений професійний стандарт допомагає роз'яснити сферу обов'язків особи, яка буде відповідальною за проведення закупівель. Також замовники можуть орієнтуватися на професійний стандарт під час процесу підбору та найму персоналу на посаду фахівця з публічних закупівель, а заклади вищої освіти орієнтуватися на компетенції, які визначені в стандарті для формування навчальних планів освітніх програм з публічних закупівель.

4. Створення інтерактивного інструмента – калькулятора розрахунку уповноважених осіб для спрощення процесу визначення необхідної кількості уповноважених осіб в організації. Калькулятор розраховує рекомендовану кількість уповноважених осіб для кожного з замовників, які протягом 2018–2019 років проводили закупівлі через електронну систему закупівель. Зручність використання інструменту також полягає в можливості коригування витраченого замовниками часу на різних етапах закупівлі, що, у свою чергу, може впливати на рекомендовану кількість таких осіб.

5. Акумуляція на сайті уповноваженого органу інформації щодо джерел навчального характеру, які можуть використовуватись під час проведення закупівель та сприяти проведенню досліджень, вивченню ринку, отриманню інформаційно-консультативної підтримки, інформації у відкритих джерелах, контролю та моніторингу публічних закупівель.

6. Співпраця з закладами вищої освіти (далі – ЗВО) в рамках викладання дисципліни/тематики/освітньої програми. Так, наразі Мінекономіки співпрацює з 40 ЗВО, з яких у 5 запроваджено освітню програму, у 32 – навчальну дисципліну або модулі для першого та другого освітніх рівнів, ще у 3 розпочато підготовку до запровадження навчання з 2020–2021 навчального року. Особливо приємно, що серед переліку закладів вищої освіти є й наш університет (Полтавський університет економіки і торгівлі), який здійснює підготовку у сфері публічних закупівель на магістерському рівні.

Вивчення європейського досвіду всіх держав-членів ЄС говорить про те, що основними і найпоширенішими способами отримання освіти у сфері публічних закупівель є післядипломна освіта та періодичні короткострокові навчальні курси (тривалістю від 1 дня до 2 тижнів). Ступінь магістра публічних закупівель

вель можна отримати лише в кількох державах-членах ЄС (Ірландія, Великобританія, Італія, Литва). У більшості країн публічні закупівлі викладаються як академічна дисципліна, що входить до програм навчання за різними спеціальностями. Як правило, її вивчають у юридичних, економічних та управлінських освітніх програмах університетів [2, с. 73].

В Україні ринок фахівців з публічних закупівель знаходиться на стадії формування. Про що свідчить відносно невелика кількість вакансій за даними сайтів з пошуку роботи та ЗВО, які здійснюють підготовку в цій сфері.

За даними найпоширеніших сайтів з пошуку роботи Work.ua – 22 та Rabota.ua – 49 актуальних вакансій (табл. 1).

Таблиця 1 – Кількість вакансій, пов’язаних із закупівлями, на сайтах пошуку роботи (станом на 15.02.2021)

Ресурс	Кількість вакансій за 30 днів		
	менеджер по закупках	закупник	фахівець з публічних закупівель
Work.ua	866	223	22
Rabota.ua	722	119	49

Рівень заробітної плати, який пропонується роботодавцями для фахівця з публічних закупівель, коливається в межах 5–18 тисяч гривень (табл. 2).

Таблиця 2 – Заробітна плата, пов’язана із закупівлями, на сайтах пошуку роботи (станом на 15.02.2021)

Ресурс	Заробітна плата за 30 днів		
	менеджер по закупках, тис. грн	закупник, тис. грн	фахівець з публічних закупівель, тис. грн
Work.ua	6–18	10–20	6–17
Rabota.ua	13–20	9–19	5–18

Слід зазначити, що нижня межа заробітної плати фахівця з публічних закупівель у переважній більшості вакансій є нижчою, ніж інших вакансій, пов’язаних із закупівлями.

**Таблиця 3 – Кількість вакансій та заробітна плата в
обласних центрах на сайтах пошуку роботи за
30 днів (станом на 15.02.2021)**

Місто	Кількість вакансій	Заробітна плата, тис. грн	Досвід роботи
Київ	10	5–18	Потрібен
Харків	3	8–20	Потрібен
Полтава	2	9–18	Потрібен
Львів	1	9–30	Потрібен
Одеса	2	9–25	Потрібен
Дніпро	2	9–21	Потрібен

Серед найбільший обласних центрів м. Полтава має досить конкурентну заробітну плату щодо вакансій у сфері закупівель, що свідчить про цінність фахівців у цій сфері. Основними вимогами роботодавців до фахівця із закупівель є досвід роботи, наявність вищої освіти, знання програми 1С та вміння вести переговори. Отримання досвіду роботи під час навчання в Полтавському університеті економіки і торгівлі за освітньою програмою «Публічні закупівлі» реалізується через запровадження в освітній процес концепції практико-орієнтованого навчання. Вважаємо також за доцільне розглянути можливість запровадження дуальної освіти за вищевказаною магістерською програмою.

Список використаних джерел

1. Стратегії реформування системи публічних закупівель [Електронний ресурс] : Розпорядження Кабінету Міністрів України № 175 від 24 лют. 2016 р. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/175-2016-%D1%80#n11>. – Назва з екрана.
2. Ткаченко Н. Професіоналізація публічних закупівель в Україні / Н. Ткаченко // Вісник КНТЕУ. – 2017. – № 5. – С. 72–85.
3. Про публічні закупівлі [Електронний ресурс] : Закон України від 25 грудня 2015 р. № 922-VIII. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/922-19#Text>. – Назва з екрана.

ПІДПРИЄМНИЦЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ: ВПЛИВ НА РОЗВИТОК СОЦІУМУ

В. С. Лєснікова, студентка спеціальності «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», ННІ ЕММБ, група БЕМ 1019в;

Д. А. Скомкіна, студентка спеціальності «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», ННІ ЕММБ, група БЕМ 1019в

О. А. Сергієнко, науковий керівник, к. е. н., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та експертизи товарів, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

Університетська освіта є найважливішим джерелом людського капіталу і впливає на розвиток соціуму, визначаючи його темпи і рівень розвитку. Вища освіта в сучасному світі перебуває в перехідному стані, особливо в країнах колишнього СНД. Традиційна концепція університету як напів автономного інституту, завданням якого є передача знань (навчання) і генерація знань (дослідницька робота), сьогодні не відповідає вимогам соціально-економічного розвитку сучасності. Сучасна реальність вимагає від університетів більш активного внеску в економічну систему держави, засновану на знаннях через комерціалізацію результатів науково-дослідної діяльності і створення нових наукомістких інноваційних проєктів, що і передбачає ідеологія підприємницьких університетів [1, 2].

Досвід провідних українських університетів доводить, що кожен університет знаходить свій шлях підприємницького розвитку в глобальній стратегії. Однак, з огляду на значні відмінності і напрями розвитку, проведений аналіз дозволив виявити ключові чинники, що мають найсуттєвіший вплив на становлення університету як підприємницької структури:

1) стратегічне бачення і сильне лідерство: підприємницький університет має сильних лідерів, що мотивують розвиток підприємництва у всіх студентів і викладачів через проєкти, стартапи та інші глобальні проєкти;

2) залученість студентів до процесу підприємництва як через формальне навчання, так і за допомогою створення інфраструктури студентського підприємництва шляхом забезпечення доступності фінансової та консалтингової підтримки, сприяння розвитку стартап руху;

3) найбільшою з трансформаційних змін у підтримці студентського підприємництва за останні роки є те, що основний фокус змістився з наукомісткого підприємництва на підтримку підприємництва в широкому сенсі;

4) підприємницька діяльність університетів не обмежується показниками комерціалізації патентів і трансферу технологій, а розглядається набагато ширше і включає розвиток навичок працевлаштування у студентів, вплив на економічний розвиток певного регіону та поліпшення якості життя.

Отже, основним фактором успіху розвитку підприємництва взагалі, та студентського зокрема, є активна взаємодія закладів вищої освіти з органами влади на місцевих, регіональних та національному рівні, а також представниками приватного і некомерційного сектору.

Прикладом реалізації стратегії вдосконалення підприємницької університетської освіти в Україні є Ініціатива «Підприємницький університет» Мінцифри [1] та YEP [3], Міністерства освіти і науки України, Українського фонду стартапів, за підтримки Програми USAID «Конкурентоспроможна економіка України». «Підприємницький університет» – ініціатива, що має на меті створення підприємницьких університетів в Україні, тобто університетів з потужною культурою підприємництва і стартап-інфраструктурою. З вересня 2020 року в 76 університетах розпочався курс «Інноваційне підприємництво та управління стартап-проектами». Програма USAID «Конкурентоспроможна економіка України» (USAID KEY) підтримує стартапи й малі та середні підприємства (МСП) з метою підвищення їхньої конкурентоспроможності на внутрішньому ринку України та міжнародних ринках, допомагає в розбудові спрощеного та прозорого бізнес-клімату, а також сприяє формуванню ефективної торгової політики, щоб забезпечити МСП можливістю скористатись перевагами від міжнародної торгівлі.

Завдяки проєкту навчальна дисципліна «Інноваційне підприємництво та управління стартап-проектами» інтегрована в навчальну програму бакалаврату або магістратури та запущена в 76 університетах України. За відгуками як викладачів, так і студентів, курс є одним з найкорисніших в університетах. Більшість вишів вже підтвердили свою участь у наступних семестрах. У лютому 2021 року було проведено перший національний фінал конкурсу студентських стартапів. У конкурсі брало участь

більше 100 студентських команд. Таким чином, даний проєкт реалізує ідею важливості трансформаційного лідерства, що впливає на стратегічні цілі не тільки університетів, а і соціуму шляхом розвитку підприємницької стартап-екосистеми.

Список використаних інформаційних джерел

1. <https://thedigital.gov.ua/news/iniatsiava-mintsifri-ta-yep-pidpriemnitskiy-universitet-stala-odnieyu-z-naykorisnishikh-u-vishakh>
2. <https://osvita.ua/vnz/75612/>
3. <http://www.yepworld.org/ua/uni/>

ЗАСТОСУВАННЯ ДІЛОВИХ ІГОР У ПРОЦЕСІ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ «ОСНОВИ ПІДПРИЄМНИЦТВА»

Д. Ю. Рилов, студент спеціальності «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», група БЕМ1020.а

О. Є. Гапоненко, науковий керівник, к. е. н., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та експертизи товарів Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

Ділова гра являє собою інтерактивний метод навчання [1].

Педагогічні технології, які сприяють підготовці сучасних спеціалістів в умовах ділової гри [2]:

- «особистісно розвиваючий підхід до навчання;
- відносини співробітництва педагогів і студентів;
- вивчення того, що дійсно необхідне для даної професії;
- навчання без примушування;
- модульне навчання, рейтингова система підготовки знань;
- використання викладачем різноманітних методів проблемного навчання».

На першому курсі в процесі ознайомлення з основами підприємницької діяльності ділова гра може проводитися за такими напрямками [3]:

- складання короткого бізнес-плану за основними розділами (приклад, обґрунтування юридичного статусу підприємства, переваги і відмінності від інших форм);
- імітація створення господарського утворення шляхом вирішення послідовності завдань.

Отже, використання ділової гри проводиться з метою освітньої діяльності, а також це умова, що дає змогу розвивати пізнавальні можливості студентів, спонукає їх творчо підходити до оволодіння знаннями, створює передумови для самореалізації. Ділова гра надає можливість нагромадження і закріплення знань і умінь у процесі творчого навчання, наближення освітнього процесу до практичної підприємницької діяльності.

Список використаних інформаційних джерел

1. Козлова Г. М. Методика викладання у вищій школі : навч. посіб. – Одеса, ОНЕУ, 2014. – 200 с.
2. ДІЛОВА ГРА на тему «Організація підприємницької діяльності і забезпечення її ефективного функціонування» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://p-for.com/book_253_glava_8_DILOVA_GRA_na_temu_ORGA.html. – Назва з екрана.
3. Безродна С. М. Організація підприємницької діяльності : збірник тестів та практичних занять / С. М. Безродна. – Чернівці : ПВКФ «Технодрук», 2017. – 62 с.

СУЧАСНІ ОСОБЛИВОСТІ ПРОВЕДЕННЯ ВИРОБНИЧОЇ ПРАКТИКИ ПО ОСВІТНІЙ ПРОГРАМІ «ТУРИЗМ»

К. А. Міхно, студентка спеціальності Туризм, група Т-31;
Т. В. Переяслівець, студентка спеціальності «Туризм», група Тмб-11
П. В. Шуканов, науковий керівник, д. геогр. н., професор кафедри туристичного та готельного бізнесу,
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Навчально-виробничі практики складають невід’ємну частину навчального процесу і спрямовані на поглиблення та закріплення здобутих студентами теоретичних знань, передбачених циклом професійно орієнтованих дисциплін підготовки фахівця з туризму. Концепція виробничої практики майбутніх менеджерів туризму базується на розгляді туристичного об’єкта не тільки як засобу одержання необхідних знань, але й середовища діяльності студента – майбутнього фахівця в галузі туризму. Порядок проходження студентами практики встановлюється на основі навчальної програми, яка сприяє адаптації майбутніх фахівців туристичної сфери до сучасних умов розвитку туризму [2].

Метою виробничої практики є оволодіння студентами сучасними методами та формами організації діяльності туристського

підприємства, формування у них професійних умінь та навичок. Практика передбачає безперервність та послідовність при одержанні необхідного обсягу практичних знань і вмінь. Виробничі практики є невід'ємною частиною навчального процесу, поступово нарощують рівень здобутих студентами теоретичних та практичних знань та умінь, одержаних у процесі вивчення навчальних дисциплін та проходження виробничих практик. Виробнича практика у структурних підрозділах туристичних фірм зорієнтована на здобуття практичного досвіду роботи безпосередньо в туристичному бізнесі (або у підприємницькій структурі, що його обслуговує) [3].

За час проходження виробничої практики студенти набувають навичок організації рекламної діяльності на туристичних підприємствах, отримують практичні навички з продажу турів, а також обслуговування клієнтів, беруть участь у вирішенні проблемних питань щодо поліпшення роботи туристичних підприємств.

Я два роки поспіль проходила практику в рідному місті, в туристичному агентстві, послугами якого вже багато років користується моя родина та знайомі. Найменування підприємства: Туристичне агентство «MarcoPolo» м. Северодонецьк, Луганська область, Україна. Туристична компанія «Marco Polo» сприяє розвитку туристичної індустрії, надаючи якісні туристичні послуги та задовольняючи всі запити клієнтів з організації відпочинку. Компанія прагне розширити коло постійних клієнтів і збільшити свою частку на ринку туризму серед туристичних агентств. Керівництво уважно стежить за якістю обслуговування туристів, тому відбирає тільки досвідчений і висококваліфікований персонал для роботи.

Тури, які пропонує «Marco Polo», дуже різноманітні: весільні тури, екотури, екстремальні тури, гастрономічні тури, тури вихідного дня, гірськолижні тури, круїзи, тури Україною, також, за бажанням клієнта, менеджери цієї компанії розробляють індивідуальні тури [1].

На мою думку, при нинішніх умовах актуальне значення набуває розвиток сучасних інформаційних технологій і програмних продуктів у сфері туристичного бізнесу. Туристична компанія «Marco Polo» має власну сторінку на просторах інтернету, що дуже зручно, бо кожна людина може у будь-який час ознайомитись із варіантами відпочинку і скласти хоча б загальне враження про те, що саме вона хоче.

Використання прогресивних інформаційних технологій та інтернету сприяє підвищенню ефективності роботи підприємств, мінімізації витрат, поліпшення роботи персоналу, це дає можливість швидко реагувати на потреби споживачів і цінову політику. Туристи трапляються різні. У кожного свої смаки, свої побажання щодо відпочинку. Тому обов'язково треба знайти підхід до кожного з них. Дехто довго розповідає, що хоче, і відмовляється потім, дехто зовсім не знає, чого хоче, деякі туристи хочуть усе і відразу, і якомога дешевше. Під час практики я відчула це на собі. Варто розрізняти типи людей-туристів і вміти знайти з ними спільну мову.

Отже, студенти отримують неймовірні враження від проходження практики та комплексні знання з обраної професії. Переоцінити важливість проходження виробничої практики складно, адже саме вона є одним з найголовніших аспектів підготовки кваліфікованих працівників у сфері туристичного обслуговування.

Список використаних інформаційних джерел

1. Путешествие Вашей мечты по уникальной цене [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.marcorolocompany.net.ua/>. – Назва з екрана.
2. Наскрізна програма практики студентів (напрямок підготовки 242 Туризм) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://fpgoe.npu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/12/>. – Назва з екрана.
3. Робоча програма практики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.znu.edu.ua/praktyka/fv/bak/turizm/programa_praktiki_virobnicha_bakalavr_v_spets_al_n_st_turizm.pdf. – Назва з екрана.

ТУДЕНТСЬКА ПЕРЕКЛАДАЦЬКА АГЕНЦІЯ ЯК ФОРМА ПРАКТИЧНОЇ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ

М. Ю. Сизонова, студентка спеціальності 035 Філологія «Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська», група Філ м-11

Н. М. Бобух, науковий керівник, завідувач кафедри української, іноземних мов та перекладу, д. філол. н., професор Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

У сучасному світі професія перекладача є дуже важливою, адже перекладач – це фахівець, який грамотно і максимально

наближено до оригіналу перекладає інформацію з однієї мови на іншу.

Перекладачі часто працюють у перекладацьких агенціях (ПА) – підприємствах сфери послуг, що займаються перекладами. У постіндустріальному суспільстві метою створення ПА є надання перекладацьких послуг широкому колу споживачів і отримання прибутку за рахунок об'єднання зусиль людей, які володіють іноземними мовами і мистецтвом перекладу.

У процесі діяльності такого підприємства велике значення має не тільки відмінне володіння іноземними і рідною мовами, а й уміння чітко та точно передати думку людини мовою оригіналу, людині, яка не володіє іноземною мовою. Важливим також є вміння передавати емоційне забарвлення вихідного тексту.

Серед найбільш поширених послуг, що надають перекладацькі агенції, можна визначити: письмовий переклад, переклад документів, технічний переклад, юридичний переклад, літературний переклад та ін.

У м. Полтаві є такі перекладацькі агенції, у яких працюють дипломовані фахівці: «Translate Group / Translation Agency», «ADMIRAL», «СПЕКТР 2000», «РЕФЕРЕНТ-ЦЕНТР», «Європейський вибір» та ін.

У 2021 році при кафедрі української, іноземних мов та перекладу Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі» розпочала роботу студентська перекладацька агенція (СПА), яка називається COT (Cooperation of translators), до її складу входять студенти 4 курсу освітньо-професійного рівня бакалавра та магістри.

Головна мета СПА – сприяти підвищенню якості практичної підготовки конкурентоспроможних фахівців у галузі перекладу.

Основні цілі роботи СПА: формування активної життєвої позиції в студентській молоді; удосконалення практичних перекладацьких навичок та вмінь студентів; сприяння адаптації майбутніх філологів до професійної діяльності в галузі надання перекладацьких послуг; підвищення кваліфікації викладацького складу кафедри української, іноземних мов та перекладу шляхом залучення до керівництва й виконання перекладацьких проєктів.

Завдання СПА: удосконалення професійних навичок і вмінь, необхідних для виконання різних типів перекладацьких завдань; поглиблення рівня володіння англійською й українською мова-

ми та культурами; удосконалення професійних навичок і вмінь використання автоматизованих систем перекладу з метою оптимізації професійної перекладацької діяльності; надання якісних перекладацьких послуг; набуття практичного досвіду взаємодії з потенційними замовниками перекладацьких послуг та ін.

У студентській перекладацькій агенції є такі посади: керівник перекладацького проекту студентської перекладацької агенції, виконавчий директор, редактор, термінолог, перекладач, фахівець з інформаційних технологій.

Виконавчим директором студентської перекладацької агенції обрано студентку 4 курсу Пеляк Вікторію. Куратором студентської перекладацької агенції є кандидат педагогічних наук, доцент кафедри української, іноземних мов та перекладу Король Тетяна Григорівна.

Студентська перекладацька агенція готова допомогти з перекладом невеликих за обсягом текстів з української англійською мовою, зокрема – анотацій до статей та інших публікацій, перекладом текстів будь-якого обсягу з англійської українською мовою, перекладом тем магістерських і бакалаврських робіт.

Список використаних інформаційних джерел

1. ПОЛОЖЕННЯ про студентську перекладацьку агенцію при кафедрі української, іноземних мов та перекладу [Електронний ресурс]. (ДПІСЯ ПП-9-6.2.2-229-05-21). URL: http://puet.edu.ua/sites/default/files/polozhennya_pro_spa.pdf.

ДИСТАНЦІЙНЕ НАВЧАННЯ – ВИКЛИК ПАНДЕМІЇ ЧИ МОЖЛИВІСТЬ ЯКІСНО НАВЧАТИСЯ?

Д. Ю. Романюха, студентка спеціальності «Міжнародні економічні відносини», група МЕВ МБ 6-11

Л. С. Франко, науковий керівник, завідувач кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин

Вищий навчальний заклад Укооспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Потужний спалах пандемії і глобальний локдаун масштабно вплинули на розвиток усіх сфер життя. Ця всесвітня проблема внесла свої суттєві корективи не тільки в діяльність галузей промисловості, а й спричинила найбільший збій у функціонуванні системи освіти, що значно ускладнило надання освітніх

послуг мільйонам людей. Кращою альтернативою для вирішення поставленого завдання стало введення дистанційної форми навчання, як єдиного і безпечного способу отримати знань.

Сьогодні діджиталізація почала диктувати нові принципи в системі освіти, замінивши звичні методи навчання різноманітними інтернет-технологіями. Дистанційне навчання, яке стало одним із основних результатів розвитку інноваційної діяльності значно розширило технічні можливості в удосконаленні освітнього процесу. Такий формат викладання навчального матеріалу є однією з провідних світових тенденцій, що надає доступ до нетрадиційних інформаційних ресурсів. Їх використання здійснюється завдяки широкому спектру інноваційних методів навчання, а саме: онлайн-платформи для проведення відеоконференцій, інтерактивні віртуальні дошки, електронні бібліотеки; спеціалізовані наукові портали, соціальні мережі і ресурсні онлайн-центри. Таке різноманіття ресурсів має ряд переваг, які забезпечують високий рівень зручності для отримання всіх необхідних знань і відповідають пізнавальним інтересам учнів і студентів.

По-перше, головними особливостями даної форми освітнього процесу вважаються: доступність, яка характеризується можливістю навчатися незалежно від місця розташування та індивідуальність, що полягає у реалізації індивідуального гнучкого графіку занять для працюючих студентів (частка яких складала 30,6 % від усього населення України віком від 15 до 24 років у 2019 році), молодих мам та осіб з інвалідністю (кількість яких серед студентів закладів вищої освіти на початок 2019–2020 н. р. складала 12 959 осіб), які зможуть обирати для себе правильну послідовність і темп вивчення дисциплін в зручному режимі [1].

По-друге, не менш важливим аспектом дистанційного навчання є впровадження сучасних інформаційних технологій, які значно розширюють коло можливостей студентів і дозволяють їм освоювати необхідний матеріал у віртуальному просторі. Це сприяє зниженню витрат на проживання та транспорт, адже студенти з інших регіонів і країн зможуть отримати всі необхідні навчальні матеріали на електронних носіях без потреби у зміні місця проживання.

Для підтвердження викладених вище аргументів слід навести приклад структури освіти у Вищому навчальному закладі Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі».

На базі ЗВО створено всі необхідні умови для функціонування системи дистанційного навчання. Вона здійснюється завдяки сучасним технологіям, впровадженім в університеті 2008 року, які відкривають для студентів унікальні можливості: отримати всебічну систематичну інформаційну та методичну підтримку, зручно організувати свій освітній процес і отримати всі необхідні знання на відстані[2]. У рамках спільного європейського проєкту ПУЕТ створив свій віртуальний простір. Платформою, на основі якої була побудована система управління дистанційним навчанням, став Moodle, який забезпечує студентів зручним інтерактивним інтуїтивно-зрозумілим інтерфейсом навчального середовища. Кожен студент має свою персональну сторінку, на якій відображено: індивідуальний розклад занять, безліч наукових матеріалів, візуалізація прогресу обробки дистанційного курсу, журнал оцінок і електронна залікова книжка. Заняття проводяться в онлайн-кабінеті, де здійснюються комунікація між студентами і викладачами, конференції, групові роботи, лекції, консультації. Більше того, ЗВО, незважаючи на карантинні обмеження, активно займається проведенням різних заходів у режимі онлайн для того, щоб урізноманітнити життя студентів. ПУЕТ, орієнтуючись на європейські стандарти, робить величезні зусилля в інтеграції освіти для розвитку необхідних компетенцій.

Підсумовуючи, можна зазначити, що дистанційне навчання – це не лише виклик складним обставинам ХХІ століття, а й унікальна можливість реалізувати процес навчання завдяки інноваційним технологіям, котрі є рушійною силою в стрімкому процесі світової глобалізації.

Список використаних інформаційних джерел

1. Соціальний захист населення України у 2019 році [Електронний ресурс]: веб-сайт. URL: http://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2020/zb/07/zb_szn_2019.pdf (дата звернення: 21.03.2021).
2. Дистанційне навчання ПУЕТ [Електронний документ]. URL: <https://vstup.puet.edu.ua/dystantsijne-navchannya/> (дата звернення: 21.03.2021).

СЕКЦІЯ 2. СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ТА ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ ФІНАНСІВ, ОБЛІКУ, КОНТРОЛЮ ТА АНАЛІЗУ

ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВ І ОРГАНІЗАЦІЙ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ

К. В. Біляк, студентка спеціальності «Облік і оподаткування»,
група ОА 6-21

А. І. Мілька, науковий керівник, к. е. н., доцент, доцент кафедри бухгалтерського обліку і аудиту
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Споживча кооперація України є однією із найважливіших форм кооперативного руху. Ключовим фактором досягнення підприємствами та організаціями споживчої кооперації України стійкої конкурентної переваги є розробка обліково-аналітичного забезпечення управління прибутком на основі загальної стратегічної орієнтації підприємств, що потребує комплексного впровадження відповідних традиційних і сучасних методів та інструментів.

Вагомий внесок у дослідження теорії і практики управління прибутком внесли як вітчизняні, так і зарубіжні вчені: Л. Балабанова, І. Бланк, Р. Валеви́ч, Н. Власова, Г. Давидова, В. Кемтер, Л. Лігоненко, А. Мазаракі, А. Мілька, Л. Омелянович, О. Пігунова, Н. Ушакова, Л. Фролова, Т. Футало, Л. Чорна, В. Юров та інші.

На всіх етапах розвитку економічної науки визначення фінансового результату, майже беззаперечно, вважалося основною метою діяльності підприємства. У різні часи в центрі уваги науковців перебував прибуток, методика його розрахунку. Прибуток є визначальним критерієм ефективності діяльності кожного господарства, а тому навколо цього поняття завжди відбувалися дискусії серед економістів [1].

Для організації ефективного управління прибутком підприємств і організацій споживчої кооперації необхідне удосконалення існуючих інструментів управління, а також розробка

нових підходів до управління прибутком, що відповідає сучасним економічним умовам.

З огляду на це, пропонуємо для підприємств споживчої кооперації низку інструментів, які на різних етапах розвитку світових компаній дозволяли отримувати прибуток, навіть за несприятливих зовнішніх умов (рис. 1).

Отже, управління прибутком – складна багаторівнева система, для якої притаманні свої конкретні цілі, завдання та інструментарій їх досягнення.



Рисунок 1 – Сучасний інструментарій управління прибутком підприємств споживчої кооперації (авторське узагальнення)

Список використаних інформаційних джерел

1. Мілька А. І., Чижик Т. В. Інструментарій управління підприємствами у контексті підвищення ефективності їх діяльності. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2019. № 3 (20). С. 285–291.

МАЙБУТНЄ БУХГАЛТЕРСЬКОЇ ПРОФЕСІЇ

О. Брачун, студент спеціальності «Облік і оподаткування», група ОА 6-41

М. О. Любимов, науковий керівник, к. е. н., доцент, доцент кафедри бухгалтерського обліку і аудиту Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

У наш час, коли люди намагаються автоматизувати якомога більше аспектів життя та активно поширюється використання штучного інтелекту, до бухгалтера з'являється все більше питань стосовно актуальності професії. Одні говорять, що її чекає повна автоматизація та скорочення більшості бухгалтерів та аудиторів, інші – що вона лише зазнає деяких змін і залишатиметься актуальною ще дуже тривалий час, бо штучний інтелект не в змозі повністю замінити спеціаліста та його професійне судження.

Як зазначають автори дослідження [1], уже до 2030 року можуть зникнути або значно трансформуватись такі професії, як бухгалтер, копірайтер, кошторисник, бібліотекар, юрист-консультант, нотаріус, логіст, диспетчер, штурман, коректор, журналіст, перекладач, а серед робітничих професій – білетер, наглядчак у музеї, охоронець, листоноша, оператор call-центру, швачка, гірник тощо.

З розвитком технологій ринок праці суттєво змінюється. Роботи і комп'ютери вже зараз виконують деякі завдання краще за людей, і їхня роль у повсякденному житті буде тільки зростати. За прогнозом учених з Оксфордського університету, майже половина робочих місць у Сполучених Штатах буде замінена комп'ютерами вже в найближчі 10–20 років [1].

У всякому разі, немає приводу для паніки, оскільки внаслідок розвитку суспільства постійно зникають старі професії і з'являються нові. Так наприкінці XVIII ст. – початку XIX ст. у Великій Британії робітники мануфактур протестували проти впровадження машин на виробництві, проте машини не змогли

повністю витіснити людську працю, хоча насправді сфер діяльності, де людина могла б бути продуктивнішою, ніж машина, залишається все менше.

Але як можуть зникнути бухгалтери, якщо станом на сьогодні в будь-якому суспільстві кожна сімдесята людина – бухгалтер. За даними порталу «Work.ua», професія бухгалтера в Україні нині є однією з найзатребуваніших.

Проблема в тому, що через поширення штучного інтелекту для аудиторів і бухгалтерів було передбачене скорочення до 94 % робочих місць, що було сприйнято як прогноз зникнення професії як такої. Але ми вважаємо, що штучний інтелект – не конкурент бухгалтера, а інструмент, здатний змінити його роль у системі управління підприємством. Штучний інтелект здатен вивільнити час бухгалтера і звільнити його від рутинних операцій. Натомість у бухгалтерів з'явиться час на інтерпретацію облікової інформації, оптимізацію облікової політики, податкової оптимізації, оптимізації витрат підприємства. Але для цього необхідно відновлювати авторитет бухгалтерської професії і розвивати професійні бухгалтерські спільноти.

Оптимізму бухгалтерам повинен додавати і той факт, що бухгалтерський облік завжди зазнав революційних змін під час кожної технологічної революції.

Чергова технологічна революція відбувається у світі саме зараз. Такі технології як штучний інтелект, блокчейн та хмарні обчислення мають безпосередній вплив на методи обліку та інструменти, що використовуються в бухгалтерській галузі.

Тож вважаємо, що діджиталізація обліку зміцнить, а не похитне позиції бухгалтерів на ринку праці, вивільнивши потенціал бухгалтера для роботи в галузі моделювання звітності та управління її вмістом. Головне – бути готовим до вирішення нових завдань, не передаючи їх маркетологам, економістам, менеджерам та ін., що дозволить підвищити роль бухгалтерів у процесах управління та інформаційного забезпечення компаній.

Отже, вважаємо, що бухгалтерська професія не зникне, але зазнає значних змін:

1. Попит буде на фахівців, які зможуть не лише створювати інформацію в системі обліку, а і працювати з нею для обґрунтування оптимальних бізнес-рішень у контексті стратегічних завдань компанії. Для цього бухгалтери повинні мати ґрунтовні знання в суміжних галузях: фінансів, менеджменту та інформаційних технологій.

2. Попит буде на фахівців, які володіють навичками роботи в команді і розуміють свій внесок у розвиток бізнесу. Тобто невід'ємною вимогою до бухгалтера сьогодні є набір так званих «соціальних навичок» – Soft Skills.

Тож можемо зробити висновок, що під впливом зазначених факторів бухгалтерська професія не зникне, але вимоги до її представників значно посиляться. Констатуємо справедливність вислову «Змінюйся або помри!» для сучасних і майбутніх фахівців у галузі бухгалтерського обліку.

Список використаних інформаційних джерел

1. Змінюйся або помри. До 2030 року зникне півсотні професій [Електронний ресурс] // Главком, 2018. – Режим доступу: <https://glavcom.ua/publications/zminyuysya-abo-pomri-do-2030-roku-znikne-pivstotni-profesii-natomist-zyavlyatsya-186-novih-520807.html> (дата звернення: 20.03.2021). – Назва з екрана.
2. Інтернет-портал Work.ua [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.work.ua/>
3. Майбутні професії бухгалтера [Електронний ресурс] // Все про бухгалтерський облік, 2019. – Режим доступу: <http://vobu.ua/ukr/other/student/item/maibutnie-profesii-bukhhaltera-2> (дата звернення: 20.03.2021). – Назва з екрана.
4. Майбутні професії бухгалтера: що нас чекає [Електронний ресурс] // ПІС ЛПА: ЗАКОН, 2019. – Режим доступу: <https://ips.ligazakon.net/document/BZ011581> (дата звернення: 20.03.2021). – Назва з екрана.
5. Майбутній ландшафт бухгалтерської професії [Електронний ресурс] // Аудиторська фірма «Аксьонова та партнери», 2019. – Режим доступу: <https://www.ap-center.com/publikatsiyi/majbutnij-landshaft-buhgalterskoyi-profesiyi/> (дата звернення: 20.03.2021). – Назва з екрана.

СОЦИАЛЬНАЯ НАГРУЗКА НА БИЗНЕС И ПУТИ ЕЕ СНИЖЕНИЯ

Е. Р. Буглак, студентка специальности «Логистика», группа Г-21

И. Н. Новикова, научный руководитель, ст. преподаватель
Учреждение образования «Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации», г. Гомель,
Беларусь

Социальный сбор, рассматриваемый как размер отчислений в фонды социального страхования, является частью налогового

бремени для предприятий как обязательный. Все субъекты хозяйствования желают его снизить, так как это приведет к увеличению уровня прибыли и привлекательности их вложений. Сегодня национальные компании платят 34 % в фонд социального страхования, что означает рост издержек производства и, как следствие, снижение их конкурентоспособности.

Если говорить о налоговой нагрузке не только в разрезе налогов, хотя отчисления в фонд не облагаются налогом, налоговая нагрузка в Беларуси сегодня достаточно высока, хотя за последние 10 лет наблюдается тенденция в 36,1 % в 2008 г. до 25,0 % в 2019 г. [1]. Тем не менее, страна «проигрывает» своим партнерам в евразийском регионе.

Сейчас работник в Беларуси отчисляет в Фонд социальной защиты населения 1 % от своей зарплаты. Наниматель уплачивает ещё 34 % процента: 28 % от заработка работника на пенсионное страхование и 6 % на соцстрахование. По данным национальной статистики, в 2018 году валовая добавленная стоимость в промышленности составила 31,7 млрд рублей, средства направлены на погашение обязательств – 39,8 млрд рублей. Дефицит ресурсов – 8 млрд руб. 15,2 % организаций завершили год с убытками и более 45 % – с рентабельностью от 0 до 5 %. Одной из причин такого положения дел союз видит ограничительную фискальную политику, то есть высокую налоговую нагрузку, которая в долгосрочной перспективе приводит к замедлению экономического развития, стагнации и рецессии.

По данным Министерства финансов, налоговая нагрузка в Беларуси в последние годы имеет тенденцию к снижению. Это связано с продолжающейся налоговой реформой и упрощением налогового законодательства. Динамика налоговой нагрузки за 2008–2019 гг. в Республике Беларусь представлена на рисунке.

Вопрос о пересмотре отчислений на социальное страхование поднимался неоднократно. В 2011 году Минэкономики заявило, что правительство Беларуси готово снизить пенсионную нагрузку на фонд оплаты труда предприятий. Однако было уточнено, что процесс перераспределения пенсионного бремени с работодателей на сотрудников займет много времени. Представители бизнес-сообщества предположили, что в интересах государства, это можно сделать достаточно быстро.

Исследования показывают, что в России работодатель уплачивает 22 % на пенсионное обеспечение. Базовая ставка по обязательному пенсионному страхованию составляет 22 % от заработной платы работника (при выплатах сверх установленного предельного значения базы исчисления взносов – 10 %), по обязательному медицинскому страхованию – 5,1 %, по обязательному социальному страхованию на случай временной нетрудоспособности по причине материнства – 2,9 %. В общей сложности получается 30% от заработной платы работника. В Украине существует единый социальный взнос на общеобязательное государственное социальное страхование, который подлежит уплате в пенсионный фонд. Он заменил собой четыре ранее существовавших обязательных государственных социальных сбора. Ставки единого взноса на социальное страхование дифференцировались в зависимости от типа плательщика и класса профессионального риска по виду деятельности. Для всех категорий плательщиков единый минимальный социальный взнос теперь составляет 22 % от минимальной заработной платы [2].

Таким образом, можно предположить, что большая часть выплаты заработной платы с оборота основана на чрезмерных взносах на социальное страхование в очень сложных экономических условиях, особенно в случае пандемии. Чтобы эффективно бороться с выплатами в конвертах, важно развить чувство социальной справедливости в отношении сумм и форм налогообложения и налогового администрирования. Мы считаем, что необходимо перераспределить эту нагрузку между работником и работодателем, что приведет к повышению конкурентоспособности.

Список использованных источников

1. Налоговая нагрузка на экономику [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://nalog.gov.by/ru/nalog-nagruzka-economica-ru/> – Название с экрана.
2. Сравнение социальных взносов Беларуси и стран СНГ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://akfo.by/press-center/news/sravnienie-sotsialnykh-vznosov-belarusi-i-stran-sng-//> – Название с экрана.

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЮДЖЕТНОЇ ЗВІТНОСТІ: ПРОБЛЕМИ ТА НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ

К. О. Горбенко, студентка спеціальності «Облік і оподаткування», група ОА м-11

Н. В. Прохар, науковий керівник, к. е. н., доцент кафедри бухгалтерського обліку і аудиту

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Активне впровадження новітніх механізмів управління бюджетними установами й організаціями передбачає підвищення якості інформації бухгалтерського обліку. Саме виняткова роль інформаційного забезпечення в процесах управління спричинює підвищену увагу до фінансової та бюджетної звітності неприбуткових установ та організацій.

Інформаційне забезпечення звітності бюджетних установ та організацій досліджували С. М. Альошин, І. А. Андреев, А. М. Белов, С. О. Булгаков, Ф. Ф. Бутинець, П. Т. Ворончук, Є. П. Дєдков, Л. В. Єрмоленко, З. У. Жутова, А. Г. Звєрєв, О. Т. Колодій, Ю. С. Цал-Цалко. Деякі питання, пов'язані з проблематикою такого дослідження, розкриті у періодичній літературі.

Основним джерелом інформації щодо діяльності бюджетних установ є звітність. Згідно зі ст. 58 Бюджетного кодексу України [1], звітність про виконання Державного бюджету України, у тому числі й виконання кошторисів бюджетних установ, включає фінансову та бюджетну звітність.

До фінансової звітності бюджетних установ та розпорядників бюджетних коштів належать: Баланс (форма № 1-дс); Звіт про фінансові результати (форма № 2-дс); Звіт про рух грошових коштів (форма № 3-дс); Звіт про власний капітал (форма № 4-дс). У свою чергу, до бюджетної звітності належать такі форми: Звіт про надходження та використання коштів загального фонду (форма № 2д, № 2м); Звіт про надходження і використання коштів, отриманих як плата за послуги (форма № 4-1д, № 4-1м); Звіт про надходження і використання коштів, отриманих за іншими джерелами власних надходжень (форма № 4-2д, № 4-2м); Звіт про надходження і використання інших надходжень спеціального фонду (форма № 4-3д, № 4-3м); Звіт про надходження

і використання коштів, отриманих на виконання програм соціально-економічного та культурного розвитку регіонів (форма № 4-4д); Звіт про надходження і використання інших надходжень спеціального фонду (кредити (позики) від іноземних держав, іноземних фінансових установ і міжнародних фінансових організацій) (форма № 4-3д.1, № 4-3м.1); Звіт про заборгованість за бюджетними коштами (форма № 7д, № 7м); Довідка про направлення асигнувань розпорядникам бюджетних коштів, які підпорядковані іншим головним розпорядникам бюджетних коштів.

На нашу думку, бюджетна звітність повинна містити інформацію про всі господарські операції, які відображені в бухгалтерському обліку, бути простою, достовірною та зрозумілою користувачам. Слід зазначити, що бюджетна звітність перенасичена багаторазовим повторенням показників у формах: доходи загального та спеціального фондів; обсяги надходження і видатків на рахунках казначейства та банківських рахунках тощо. Поряд з багаторазовим дублюванням інформації щодо одних показників має місце недостатнє розкриття інформації щодо інших показників, а саме про стан довгострокових і короткострокових зобов'язань, склад заборгованості із заробітної плати.

Ускладнює процес складання бюджетної звітності те, що головні розпорядники коштів державного або місцевих бюджетів можуть установлювати для розпорядників та одержувачів бюджетних коштів, що належать до сфери їх управління, додаткові вимоги до інформації.

Загалом, існуюча система регламентації обліку в державному секторі характеризується складністю розуміння системних документів щодо обліку доходів та витрат бюджетних установ, невідповідністю законодавства міжнародним стандартам, дією значної кількості інструкцій, роз'яснювальних листів тощо.

Таким чином, з метою формування цілісної системи регламентації обліку в бюджетних установах важливим є вдосконалення нормативно-методичного забезпечення калькулювання вартості послуг та обліку власних надходжень бюджетних установ, оновлення переліку таких послуг для кожної сфери та конкретизація їх цільового використання, а також скорочення обсягів звітної інформації до оптимальних розмірів.

Досліджуючи інформаційне забезпечення бюджетної звітності, можна зробити висновки про таке:

- у зв'язку з тим, що бюджетні установи подають значну кількість звітів, більша частина показників у яких дублюється, доцільним є перегляд їх структури та змісту;
- нормативно-методичне забезпечення формування, порядку подання звітності бюджетними установами потребує конкретизації та приведення у відповідність до міжнародної практики обліку.

Список використаних інформаційних джерел

1. Бюджетний кодекс України від 08.07.2010 р. № 2456-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2456-17>. – Назва з екрана.

РОЗРОБКА ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ КОМПАНІЇ ЗА СУЧАСНИХ УМОВ: ВИКЛИКИ ТА ПРІОРИТЕТИ

Б. О. Дудка, студент спеціальності «Фінанси, банківська справа та страхування», група Ф-51

Т. П. Гудзь, науковий керівник, д. е. н., професор кафедри фінансів і банківської справи
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Посилення впливу факторів зовнішнього середовища і динамічна зміна внутрішніх факторів функціонування українських компаній вимагають розробки й ефективної реалізації стратегії їх розвитку. Обґрунтована фінансова стратегія є основою ефективної фінансової діяльності компанії та важливим чинником забезпечення її конкурентоспроможності у перспективі. Фінансова стратегія повинна мінімізувати наслідки появи можливих ризиків і сприяти забезпеченню фінансової стійкості та платоспроможності компанії.

Необхідність розробки фінансової стратегії зумовлена насамперед створенням загальної стратегії компанії і виявляє її зв'язок та взаємозалежність із загальними стратегічними цілями.

Погляди вчених на визначення суті фінансової стратегії не є однотайним, проте найбільш близьке визначення фінансової стратегії як об'єкта управління надає І. Бланк: «Фінансова стратегія – один з найважливіших видів функціональних стратегій

підприємства, що забезпечує всі основні напрями розвитку його фінансової діяльності та фінансових відносин шляхом формування довгострокових фінансових цілей, вибору найбільш ефективних шляхів їх досягнення, адекватного корегування напрямів формування й використання фінансових ресурсів при зміні умов зовнішнього середовища» [1].

Фінансова стратегія визначає довгострокову мету фінансової діяльності компанії, що залежить від її фінансової політики, вибору найефективніших напрямів її досягнення. Основними завданнями фінансової стратегії є:

- визначення способів і фінансових можливостей проведення успішної фінансової стратегії;
- налагоджування перспективних фінансових взаємовідносин із суб'єктами господарювання, бюджетом, банками й іншими фінансовими інститутами;
- фінансове забезпечення операційної та інвестиційної діяльності на перспективу;
- визначення економічних і фінансових можливостей імовірних конкурентів, розробка і вжиття заходів із забезпечення фінансової стійкості [3].

Отже, фінансова стратегія – це визначення довгострокових фінансових цілей та завдань компанії, що включають у себе формування, управління та планування його фінансових ресурсів з метою підвищення ринкової вартості за умови забезпечення фінансової рівноваги.

Розробка фінансової стратегії компанії базується на таких принципах: балансування матеріальних і фінансових потоків; найефективніше фінансування розширення, підтримки та, в разі потреби, скорочення окремих підсистем; прогнозування альтернативних варіантів розвитку з точки зору фінансових характеристик діяльності в різних умовах; фінансового контролю та аналізу діяльності [2].

У процесі розробки фінансової стратегії особлива увага приділяється виробництву конкурентоспроможної продукції, мобілізації внутрішніх ресурсів, максимальному зниженню собівартості продукції, формуванню та розподілу прибутку, ефективному використанню капіталу і т. п.

Важливе значення для формування фінансової стратегії має врахування факторів ризику. Фінансова стратегія розробляється

з урахуванням ризику неплатежів, інфляційних коливань, фінансової кризи та інших непередбачуваних обставин.

Основними властивостями фінансової стратегії будь-якого суб'єкта підприємництва є її результативність, адекватність, надійність, здатність створювати і підтримувати довгострокові конкурентні переваги.

Успіх фінансової стратегії компанії гарантується, коли стратегічні цілі відповідають реальним фінансовим можливостям, коли фінансове управління є чітко централізованим, а методи його втілення є гнучкими й адекватними змінам фінансово-економічних параметрів розвитку. Отже, фінансова стратегія може бути моделлю використання можливостей компанії, її дій на стратегічну перспективу для досягнення поставлених цілей у загальній концепції розвитку.

Список використаних інформаційних джерел

1. Бланк О. І. Управління фінансами підприємств: підручник / І. О. Бланк, Г. В. Ситник, В. С. Андрієць. – 2-ге вид., перероб. і допов. – Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. – 792 с.
2. Нікітіна О. В. Аспекти фінансової стратегії підприємства як складової його сталого розвитку [Електронний ресурс] / О. В. Нікітіна. – Режим доступу: <http://ir.nmu.org.ua/bitstream/handle/123456789/147684/83-85.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. – Назва з екрана.
3. Фінанси підприємств: підручник / Поддєрьогін А. М., Білик М. Д., Буряк Л. Д. та ін. – Київ: КНЕУ, 2013. – 519 с.

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ УЧЕТА И АНАЛИЗА ОПЛАТЫ ТРУДА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Н. В. Камко, студент специальности «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», группа БМ-113

А. Н. Трофимова, научный руководитель, к. э. н., доцент кафедры бухгалтерского учета

Учреждение образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации»

Заработная плата представляет собой один из основных факторов социально-экономической жизни каждой страны, коллектива, человека. В настоящее время в Республике Беларусь центральное место в финансово-хозяйственной деятельности любой организации занимает труд и как следствие – затраты на оплату труда. Каждая организации исходя из направления своей хозяй-

ственной деятельности стремится к наиболее рациональному и эффективному использованию трудовых ресурсов. Поэтому вопросы, связанные с заработной платой, являются одними из наиболее актуальных как для работников, так и для работодателей.

Особую значимость приобретает совершенствование и развитие методик бухгалтерского учета и анализа расходов организации на оплату труда работников. Под каждым расчетом по заработной плате подразумевается лицо, для которого заработная плата является основным и главным источником его жизнедеятельности, а для организации – это расходы, которые непосредственно влияют на конечный финансовый результат. Бухгалтерский учет расчетов с персоналом по оплате труда является связующим звеном между хозяйственной деятельностью и людьми, принимающими управленческие решения. Он, во-первых, измеряет величину расходов на оплату труда рабочих и служащих путем регистрации данных о них для дальнейшего использования; во-вторых, обрабатывает сведения таким образом, чтобы они стали полезной информацией; в-третьих, передает посредством отчетов информацию о расходах на оплату труда и наличии задолженности работникам по заработной плате тем, кто использует их для принятия управленческих решений. Поэтому в современных экономических условиях необходима грамотная постановка бухгалтерского учета расчетов с персоналом по оплате труда.

Расширение участия Республики Беларусь в мировой экономической интеграции выдвигает новые задачи перед национальным бухгалтерским учетом и требует принятия системных мер, направленных на обеспечение высокого уровня сопоставимости, надежности и достоверности финансовой информации в различных секторах экономики. Поэтому проблема совершенствования действующих методик учета труда и его оплаты в соответствии с международными стандартами и современными запросами управления является одной из приоритетных.

Следует отметить, что законодательство по труду и заработной плате постоянно совершенствуется, принимаются новые нормативно-правовые акты, имеющие отношение к формированию и использованию средств на оплату труда, а также постановления и инструкции по расчетам по заработной плате в организациях различных форм собственности, но основными

законами, регулируемыми трудовые отношения в Республике Беларусь являются Конституция Республики Беларусь и Трудовой кодекс Республики Беларусь. Критически следует отметить и то обстоятельство, что в настоящее время не разработана единая система показателей анализа расходов на оплату труда, позволяющая получить комплексную оценку эффективности использования фонда заработной платы [1].

Трудовые ресурсы являются одним из важнейших производственных факторов, прямо и непосредственно влияющих на результативность деятельности организации и экономику страны в целом.

Сформировавшийся в Республике Беларусь рынок трудовых ресурсов обостряет социальные вопросы. Жизненный уровень работников все теснее увязывается с уровнем оплаты их труда. Гарантированный минимум заработной платы для работников всех отраслей экономики при нормальных условиях работы, соблюдении продолжительности рабочего дня, выполнении норм труда обеспечивается минимальной заработной платой. В сложившихся условиях работник понимает, что от качества выполняемой им работы напрямую зависит его благосостояние. Он стремится хорошо заработать и требует от работодателя соответствующих для этого условий: автоматизации и механизации труда, полного использования рабочего времени, охраны труда и техники безопасности, социальной поддержки организации и т. д. [2].

Таким образом, особую значимость приобретает проблема оценка теории и практики бухгалтерского учета расчетов организаций по оплате труда, методического инструментария анализа эффективности использования трудового потенциала и средств на оплату труда, использования в перспективе международных принципов и стандартов учета и отчетности, разработка на этой основе рекомендаций по дальнейшему совершенствованию учетно-аналитической работы.

Список использованной литературы

1. Сушко Т. И. Бухгалтерский учет и отчетность в промышленности : учеб. пособие / Т. И. Сушко. – Минск : Выш. шк., 2013. – 527 с.
2. Пономаренко П. Г. Бухгалтерский учет : учебник / П. Г. Пономаренко ; под общей ред. П. Г. Пономаренко. – Минск : Выш. шк., 2013. – 543 с.

ОСОБЛИВОСТІ УЗАГАЛЬНЕННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ВНУТРІШНЬОГО АУДИТУ ЕКОЛОГІЧНИХ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА

Є. В. Кирпа, студент спеціальності Облік і оподаткування,
група ОАм-11 (Н)

Є. А. Карпенко, науковий керівник, к. е. н., доцент, завідувач
кафедри бухгалтерського обліку і аудиту,
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський універси-
тет економіки і торгівлі»

Завершальним етапом внутрішнього аудиту екологічних витрат є висловлення думки аудитора щодо достовірності та правильності відображення інформації про них в обліку та фінансовій звітності суб'єкта господарювання, а також напрямів підвищення ефективності управління екологічними витратами. Така думка може висловлюватися у Звіті внутрішнього аудитора або інших документах.

Зауважимо, що на сьогодні відсутня законодавчо затверджена форма Звіту внутрішнього аудитора, що ускладнює однозначність його трактування користувачами [1]. На основі дослідження структури Звітів внутрішніх аудиторів 32 підприємств України, нами було встановлено, що у 29 випадках (91 %) цей документ включав дві частини. У першій частині наводилися завдання, обсяг та методи внутрішнього аудиту, а у другій – детально описувалися висновки і рекомендації щодо удосконалення обліку екологічних витрат.

На нашу думку, недоліком такого підходу є те, що в цьому випадку користувачам Звіту не завжди зрозуміло, якої думки дійшов аудитор за результатами перевірки. Тому ми пропонуємо вдосконалити Звіт внутрішнього аудитора за рахунок введення окремого третього розділу «Думка внутрішнього аудитора», який буде стислим і міститиме чіткі висновки за виявленими відхиленнями, надаватиме інформацію щодо напрямів підвищення ефективності екологічних витрат.

Також доцільним є складання ще одного підсумкового документа, в якому детально описуватимуться виявлені недоліки. Це може бути Довідка щодо результатів внутрішнього аудиту екологічних витрат, яка міститиме чотири розділи.

У першому розділі довідки наводитиметься така інформація:

- найменування документа;

- повна назва підприємства або відокремленого підрозділу;
- прізвище внутрішнього аудитора, який проводив перевірку;
- період та термін перевірки;
- визначення межі відповідальності керівництва підприємства та внутрішніх аудиторів;
- масштаб аудиту і перелік перевіреної документації;
- посилання на нормативну базу, якою керувався аудитор.

У другому розділі довідки повинні бути чітко визначені об'єкт, предмет, мета, завдання, методи внутрішнього аудиту.

У третьому розділі документально узагальнюються результати внутрішнього аудиту екологічних витрат, а саме наводиться детальний перелік виявлених порушень, помилок, зловживань, недоліків, що стосуються оформлення, обліку та контролю операцій щодо екологічних витрат, а також обставин їх виникнення і аналіз причин.

У четвертому розділі довідки внутрішнього аудиту екологічних витрат наводяться детальні рекомендації та пропозиції щодо усунення виявлених недоліків, а також напрями підвищення ефективності управління екологічними витратами, удосконалення їх обліку і контролю.

Слід також зазначити, що після завершення внутрішнього аудиту може виникнути необхідність у розробленні та реалізації корегувальних і попереджувальних дій, перевірка виконання яких є одним із об'єктів наступної аудиторської перевірки [2]. Тому на завершальному етапі аудиторської перевірки результати аудиту екологічних витрат повинні бути зафіксовані у журналі внутрішніх аудиторських перевірок, а результати реалізації коригувальних дій – у журналі реалізації коригувальних заходів за результатами внутрішнього аудиту. Разом з тим проведене дослідження показало, що лише на 4 підприємствах (16 %) із 32 вивчених ведуться такі журнали, що ускладнює контроль за усуненням виявлених недоліків. На нашу думку, ці журнали є необхідними, а тому рекомендуємо ці журнали вести і зберігати у відділі внутрішнього аудиту. Після реалізації коригувальних дій керівник структурного підрозділу, де виявлені недоліки, інформує керівника підприємства та внутрішнього аудитора про усунені зауваження. Після цього внутрішній аудитор перевіряє повноту й ефективність реалізації коригувальних

дій і робить відповідні відмітки у журналі реалізації коригувальних заходів.

Запропоновані підсумкові документи та алгоритм узагальнення результатів внутрішнього аудиту екологічних витрат дозволить підвищити його ефективність.

Список використаних інформаційних джерел

1. Плаксієнко В. Я, Верига Ю. А., Кулик В. А., Карпенко Є. А. Облік, оподаткування та аудит : навч. посіб. Київ : ЦУЛ, 2019. 509 с.
2. Шимановська-Діанич Л. М., Карпенко Є. А. Процесно-орієнтоване управління та внутрішній контроль на підприємствах роздрібної торгівлі. Полтава : ПУЕТ, 2012. 269 с.

ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ВЕЛИЧИНУ ПРИБУТКУ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ, ЩО НАДАЮТЬ ПОСЛУГИ ДОШКІЛЬНОЇ ОСВІТИ

А. Д. Корж, студентка спеціальності Облік і оподаткування, група ОА м-11

Є. А. Карпенко, науковий керівник, к. е. н., доцент, завідувач кафедри бухгалтерського обліку і аудиту
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

У ринкових умовах господарювання приватні заклади дошкільної освіти (далі ПЗДО) за своєю сутністю є приватними підприємствами. Вони створюються з метою отримання прибутку і мають статус господарських товариств, що повинно відображатися у назві дошкільного навчального закладу [1].

В умовах стрімкого зростання конкуренції та високої собівартості освітніх послуг для ПЗДО роль прибутку в господарському процесі безперервно зростає. При заснуванні закладу засновник ПЗДО на перше місце ставить критерій прибутковості функціонування закладу.

Приватні заклади дошкільної освіти, як відкрита система, залежать від зовнішніх чинників, які поділяються на фактори зовнішнього середовища непрямої дії і фактори зовнішнього середовища прямої дії. Крім того, істотно впливають на специфіку процесів та прибуток ПЗДО особливості їх внутрішнього середовища (рис. 1).

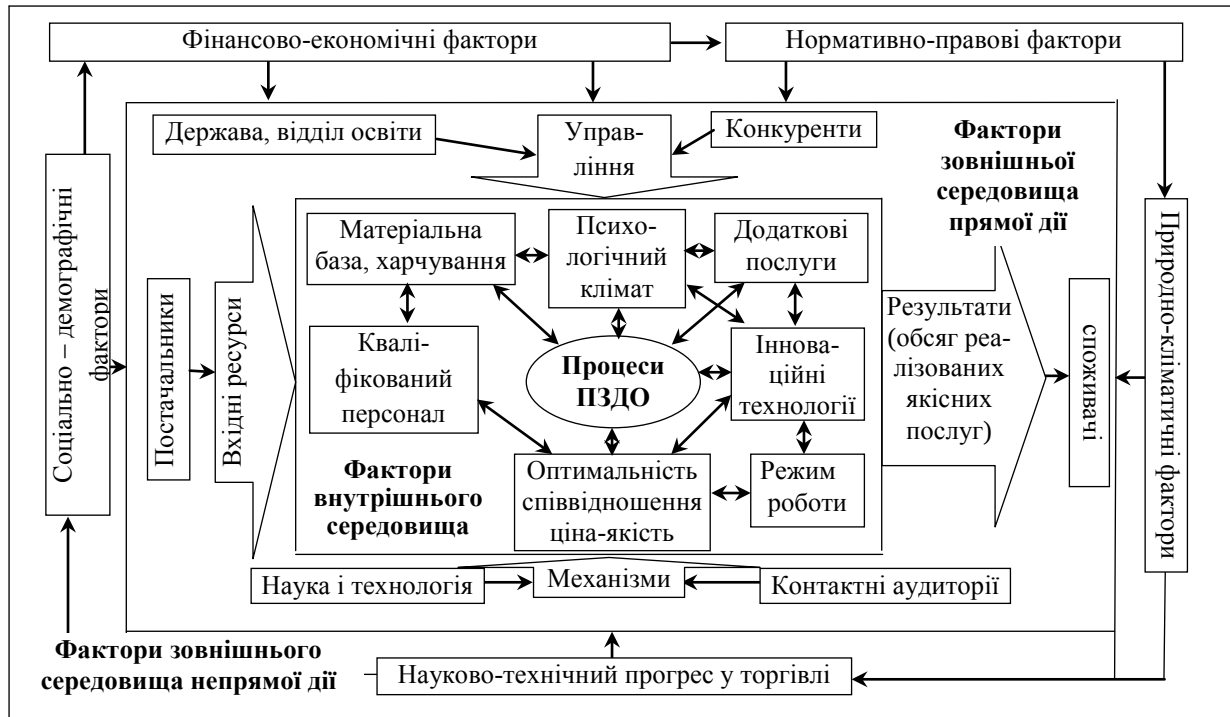


Рисунок 1 – Фактори, що впливають на процеси та прибуток приватних закладів дошкільної освіти

При розгляді факторів впливу на величину прибутку під особливим контролем власника ПЗДО повинні бути внутрішні чинники, які можуть бути контрольовані самим закладом. На зовнішні фактори суб'єкт господарювання впливати не може, він їх повинен тільки враховувати у своїй діяльності та вчасно розробляти корегувальні дії та стратегію мінімізації ризиків, зумовлених цими факторами.

До зовнішніх факторів непрямої дії ми відносимо: науково-технічний прогрес, природно-кліматичні, нормативно-правові, фінансово-економічні та соціально-демографічні фактори.

Факторами зовнішнього середовища прямої дії є держава, Міністерство освіти і науки України, відділи освіти, рівень конкуренції, стан розвитку науки, постачальники та споживачі.

Оскільки прибуток – це різниця між доходами і витратами підприємства, то основними факторами внутрішнього середовища, які впливають на збільшення прибутку і які є підконтрольними ПЗДО, є зростання доходу від надання освітніх послуг та зменшення витрат діяльності і собівартості освітніх послуг (при їх незмінній якості).

Слід зазначити, що зростання доходу може відбутися за рахунок або підвищення ціни за такі послуги, або збільшення їх кількості.

Зростання ціни за надані послуги може спричинити суттєве скорочення попиту на такі послуги, а відповідно і зниження прибутку ПЗДО. Тому як основний фактор зростання доходу від надання освітніх дошкільних послуг слід розглядати зростання попиту на них за рахунок підвищення їх якості та інноваційності, покращення репутації закладу дошкільної освіти. Адже, як показують дослідження, проведені ДНУ «Інститут освітньої аналітики» [3] у 2019 році для 33 % батьків причиною вибору дошкільного закладу освіти стало якраз те, що заклад освіти був найкращим в регіоні).

З огляду на це до основних внутрішніх факторів, які призводять до зростання якості освітніх послуг, підвищення доходу та прибутку ПЗДО належать: покращення матеріально-технічного забезпечення та кваліфікації персоналу, висока якість харчування, наявність додаткових послуг (наприклад збір дітей з дому), графік роботи (наявність цілодобових груп), використання інноваційних технологій та сучасних методів навчання, покращення психологічного клімату та взаємодії із батьками.

Вивчаючи зарубіжний досвід та враховуючи перелічені фактори впливу на прибуток, можна виділити три основні стратегії управління прибутком: максималізація прибутку, орієнтація на стабільний прибуток, та мінімаксималізація прибутку.

Сенс максималізації прибутку полягає в отриманні максимального високого прибутку як за рахунок внутрішніх резервів, так і за рахунок споживачів послуг. Недолік цієї концепції в тому, що вона може реалізуватися лише тимчасово, в умовах значного переважання попиту над пропозицією, а тому є неприйнятною для ПЗДО.

Для ПЗДО більш привабливою є довгострокова діяльність, ніж одноразовий високий дохід. Така орієнтація економічної діяльності підприємства ставить за мету отримання стабільного «задовільного» прибутку із постійним покращенням якості освітніх послуг.

«Мінімаксималізація» прибутку характеризується, з одного боку, максималізацією мінімуму очікуваних доходів, а з другого боку, мінімізацією максимуму очікуваних витрат. Як правило, у таких випадках скорочують обсяг менш прибуткових послуг, а ресурси, що звільняються, спрямовують на надання більш прибуткових послуг. Однак такі ПЗДО значною мірою ризикують втратити стабільний контингент дітей, батьки яких надають перевагу комплексу різноманітних послуг.

Список використаних інформаційних джерел

1. Офіційний сайт Міністерства освіти і науки України. URL: <https://mon.gov.ua/ua> (дата звернення 18.03.2021).
2. Дослідження якості дошкільної освіти: складові освітнього середовища: аналітичний звіт. Київ : ДНУ «Інститут освітньої аналітики», 2019. 70 с.

ОСОБЛИВОСТІ МІЖНАРОДНОГО СТРАХУВАННЯ ЗА СИСТЕМОЮ «АСІСТАНС» В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ

О. І. Кондрашов, студент спеціальності «Фінанси, банківська справа та страхування», група ФБСС б інт. 11

С. П. Прасолова, науковий керівник, к. е. н., доцент кафедри фінансів та банківської справи

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Виникнення системи «Асістанс» пов'язують з післявоєнним міграційним бумом кінця 50-х – початку 60-х років, коли міль-

йони людей, відчувши можливість і смак подорожей, а також в інших справах того часу, опинилися одночасно поза територією країни проживання. Це туристи, громадяни, що виїхали за гостьовою візою, у відрядження, для роботи за контрактом. Що вже говорити про мільйони репатріантів і біженців. Відповідно, зросла й кількість ризиків, що їх супроводжує. Світове співтовариство вирішило забезпечити покриття цих ризиків на основі солідарної взаємодопомоги, тобто страхування, але за особливою системою, що отримала назву «Асістанс».

Здійснюють це страхування страхові компанії особливого типу, що поєднують страхові і сервісні функції, або звичайні страхові компанії, які працюють за договором з компаніями-асістантами. Це спеціалізовані компанії з організації подібних послуг, які мають розгалужену мережу представництв в усьому світі.

Отже, основний зміст страхування за системою «Асістанс» – це компенсація медичних витрат, що можуть виникнути в закордонній поїздці внаслідок раптового захворювання або нещасного випадку. У цьому плані страхування громадян, які виїжджають за кордон, тісно пов'язане зі страхуванням від нещасного випадку.

Незважаючи на незначний термін існування, у системі «Асістанс» вже склалися свої традиції. Набір послуг звичайно поділяється на кілька груп, диференційованих відповідно до кодів ризиків А, В, С і D. Кожна попередня група входить до всіх наступних. Наприклад, до групи ризиків D входять ризики А, В і С [1].

Однак різні компанії варіюють, хоча й не принципово, градацію ризиків. Для порівняння розглянемо послуги асістанської компанії Inter Partner Assistance (дочірня компанія страхової групи АХА).

Під час пандемії Страхування Асістанс підлаштовувала свої правила до обмежень тієї країни, куди прямує людина.

Нове підтвердження епідемічного COVID-19 охоплення додає розкриті причини вибору переваг для певних збитків, пов'язаних з будь-якою майбутньою епідемією. Для планів, які тепер включають нову підтримку епідемічного охоплення, підтримуються такими перевагами [2]:

✓ Скасування поїздки, якщо, наприклад, вам доведеться скасувати поїздку після діагностики COVID-19.

✓ Переривання поїздки, якщо, наприклад, під час вашої подорожі вам було вказано конкретне ім'я та індивідуальне замовлення на карантин.

✓ Затримка подорожі, якщо, наприклад, вам відмовлено в посадці на підставі підозри, що ви хворі на епідемічну хворобу, таку як COVID-19.

✓ Невідкладна медична допомога, якщо, наприклад, у вас діагностовано COVID-19 і вам потрібно госпіталізувати під час подорожі.

✓ Екстрене транспортування, якщо, наприклад, у вас під час подорожі діагностовано епідемічне захворювання, таке як COVID-19, і вам потрібна екстрена медична евакуація.

Отже, нині можна рекомендувати такі компанії для строкування свого здоров'я та відповідальності:

Allianz Global Assistance – дочірня компанія страхової компанії Allianz SE, найбільша німецька страхова компанія й одна з найбільших у світі, що входить до списку системно значущих для світової економіки;

Assicurazioni Generali – найбільша страхова компанія Італії і одна з найбільших в Європі;

International Assistance Group (IAG) – це глобальний союз незалежних компаній, що надають допомогу у всьому світі.

Отже, «Асістанс» спрямована на підтримку туризму, міжнародної діяльності та забезпечення допомоги людям з різних країн.

Список використаних інформаційних джерел

1. Прасолова С. П. Інститути міжнародного страхового ринку : навч. Посіб.+ навчальний тренінг / С. П. Прасолова, В.В. Карцева. – Київ : ЦУЛ, 2020. – 568 с.
2. Страхування подорожей та COVID-19: Пояснення щодо схвалення епідемічного охоплення [Електронний ресурс] : офіц. веб-сайт Allianz Global Assistance. – Режим доступу: <https://www.allianztravelinsurance.com/travel/>. – Назва з екрану.

ЕВОЛЮЦІЯ ОКРЕМИХ ЕЛЕМЕНТІВ МЕТОДУ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ

Д. О. Костик, студентка спеціальності «Експертиза та митна справа», група ЕМС-21

А. І. Мілька, науковий керівник, к. е. н., доцент, доцент кафедри бухгалтерського обліку і аудиту
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Бухгалтерський облік має свій метод, який ураховує такі елементи: рахунки, подвійний запис, документацію, інвентаризацію, оцінку, калькуляцію, звітність і баланс.

Перші уявлення про рахунки бухгалтерського обліку належать до періоду, коли почалася реєстрація фактів господарського життя, тобто приблизно шість тисяч років тому. Відтоді бухгалтерія існує як практична діяльність – рахівництво. У Греції виникли перші принципи класифікації рахунків: матеріальні, особові та фінансові [1].

Вперше визначення рахунку, застосування понять «дебет» і «кредит», пояснення подвійного запису наводяться в науковій праці Луки Пачолі – «Про рахунки та записи». Представники німецької школи (Ф. Гюглі, І. Ф. Шер, Е. Шмаленбах, Ф. Ляйтнер, М. Берлінер), вони поділяли всі рахунки щодо балансу на активні та пасивні. Пояснюючи природу подвійного запису, науковці завжди розходились між собою в поглядах. Залежно від того, який аспект господарських фактів превалював у поясненні подвійного запису, виникло й декілька напрямків у теорії обліку. У кінці XIX – на початку XX ст. виникають школи бухгалтерського обліку, які по-різному трактували рахунки й подвійний запис [2].

Вважаємо, що перший етап розвитку балансу розпочався ще в стародавні часи. Так, О. Р. Сьоміна стверджує, що матеріальні баланси широко використовувалися у Стародавньому Китаї для забезпечення контролю за рухом і збереженням цінностей. У Стародавній Греції вели баланси окремих господарств та баланси кредитних установ. У Стародавньому Римі ведення балансу на державному рівні було необхідним для здійснення контролю та ефективного управління [3].

Із середини XX ст. бухгалтерський баланс набуває наукового обґрунтування. На думку В. А. Кулик, слід виокремлювати п'ять

основних етапів розвитку бухгалтерського обліку, що ілюструють еволюцію даного поняття:

I етап – зародження балансу як економічної категорії;

II етап – зародження балансу як облікової книги;

III етап – розвиток балансу у межах різних наукових напрямків;

IV етап – розвиток балансу у межах облікових концепцій;

V етап – уніфікація бухгалтерського балансу [4].

Значна кількість істориків вважають, що баланс як звітний документ отримав визнання не раніше XIX ст. Про це свідчить виникнення балансоведення як оригінального напрямку розвитку облікової теорії наприкінці XIX – на початку XX ст. Зокрема, у «Керівництві конторськими знаннями» К. М. Клінге 1857 року писав, що місячний баланс має за мету довірити перенесення всіх статей із пам'ятної й касової в головну книгу [3].

Інвентаризація є одним із перших прийомів бухгалтерського обліку й має свою давню історію. У країнах Стародавнього світу (Стародавньому Єгипті, Китаї, Стародавній Греції) саме інвентаризація була основним обліковим прийомом. Розгляд інвентаризації як елемента методу бухгалтерського обліку починається в епохи Середньовіччя та Відродження [5].

Перші уявлення про оцінку пов'язані з системою облікових регістрів Стародавнього Риму. У трактаті «Про рахунки та записи» (1494 р.) Л. Пачолі існують дві протилежні рекомендації щодо оцінки: оцінка за продажними максимально високими цінами і за собівартістю. Оцінку за собівартістю Л. Пачолі пропонував застосовувати в поточному обліку. Саме в цей період формується поняття оцінки як елемента методу бухгалтерського обліку [2, 6].

Необхідність в обліку і контролі витрат виникла ще в Стародавньому світі. У Стародавньому Єгипті та Вавилоні здійснювалося нормування витрат. Перший крок у розвиток теорії калькуляції належить французьким вченим. Так, наприклад, відомий французький вчений Ж. Саварі (XVII ст.) розробив перші описи методики складання торговельних калькуляцій. Видатний французький вчений Л. Сей (XIX ст.) наполягав на максимально детальному обчисленні собівартості. Стверджував, що кожний продукт має «свою ціну» – собівартість [7].

Представник французької бухгалтерської школи XIX ст. Ж. Г. Курсель-Сенель розробив вчення про облік витрат і каль-

куляцію. Уперше сформував відмінності між обліком витрат і розрахунком собівартості. Він підкреслював, що метою обліку витрат є розрахунок собівартості, до якої включав прямі і непрямі витрати [6, 7].

Визнання калькуляція, як елемент методу, отримала тільки у XX ст. Найбільший внесок у розвиток калькуляції зробили вчені англо-американської, німецької та російської шкіл.

Список використаних інформаційних джерел

1. Історичні аспекти виникнення категорії рахунки [Електронний ресурс]. URL: <https://studfile.net/preview/5740432/page:6/> (дата звернення: 25.03.2021).
2. Пачолі Л. Трактат «Про рахунки і записи». Мілан : 1994. 300 с.
3. Історія виникнення балансу як елемента методу бухгалтерського обліку [Електронний ресурс]. URL: <https://studfile.net/preview/5013382/page:3/> (дата звернення: 25.03.2021).
4. Кулик В. А. Бухгалтерський баланс: минуле, сучасне, майбутнє : монографія. Полтава : 2010. 184 с.
5. Пасько Т. О. Історичні аспекти інвентаризації як елемента методу бухгалтерського обліку [Електронний ресурс]. URL: http://www.rusnauka.com/26_NII_2009/Economics/52164.doc.htm (дата звернення: 24.03.2021).
6. Оцінка як елемент методу бухгалтерського обліку в історичному аспекті [Електронний ресурс]. URL: <https://uchika.in.ua/ocinka-yak-element-metodu-buhgaltersekogo-obliku-v-istorichnom.html> (дата звернення: 25.03.2021).
7. Історія виникнення калькуляції як елемента методу бухгалтерського обліку [Електронний ресурс]. URL: <https://studfile.net/preview/5013382/page:3/> (дата звернення: 23.03.2021).

ОЦІНКА ТА АНАЛІЗ СТАНУ ГРОШОВОЇ МАСИ УКРАЇНИ

Н. О. Ляшкова, студентка спеціальності Фінанси, банківська справа та страхування, група ФБСС б-11;

К. М. Мальон, студентка спеціальності Фінанси, банківська справа та страхування, група ФБСС мб-11

О. В. Гасій, науковий керівник, к. е. н., доцент, доцент кафедри фінансів і банківської справи

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Національний банк України (НБУ) як головний банк держави є провідником грошово-кредитної політики [1], окреслює її цілі,

завдання, принципи та інструменти, спрямовані на забезпечення стабільності грошової одиниці України через використання визначеного діючим законодавством набору засобів та методів. НБУ в межах своєї діяльності впливає на рівень забезпеченості та задоволеності потреб суб'єктів грошових відносин у готівкових та безготівкових коштах. Тому дослідження змін грошової маси за її складових є актуальним.

Офіційні статистичні дані щодо показників грошової маси та її складових в динаміці у розрізі агрегатів наведено в табл. 1.

Таблиця 1 – Динаміка грошової маси та її складових за 2018–2020 рр. [1]

Період	Агрегат M0	Агрегат M1	Агрегат M1	Агрегат M3
2 010 р.	182 990	289 894	596 841	597 872
2 011 р.	192 665	311 047	681 801	685 515
2 012 р.	203 245	323 225	771 126	773 199
2 013 р.	237 777	383 821	906 236	908 994
2 014 р.	282 947	435 475	955 349	956 728
2 015 р.	282 673	472 217	993 812	994 062
2 016 р.	314 392	529 928	1 102 391	1 102 700
2 017 р.	332 546	601 631	1 208 557	1 208 859
2 018 р.	363 629	671 285	1 273 772	1 277 635
2 019 р.	384 366	770 043	1 435 221	1 438 311
2020 р.*	493 080	971 287	1 764 515	1 767 223

* За станом на листопад місяць.

Аналіз даних, наведених в табл. 1, свідчить про такі зміни показників грошової маси України, а саме:

- щорічне зростання сукупного обсягу грошової маси та її складових (за винятком 2015 року проти 2014 року за M0 та 2019 року проти 2018 року за M2 та M3);
- перевищення темпів росту агрегату M1 порівняно з M0, що є свідченням збільшення накопичень на поточних рахунках у банківських установах;
- відновлення довіри до банківської системи протягом 2010–2020 рр. відбувається поступово, у листопаді 2020 р. темп росту M2 порівняно до попереднього періоду майже досяг рівня

2010 р. і склав 122,9 % (темп росту у 2010 р. порівняно з 2009 р. 123,1 %);

– позитивна динаміка збільшення безготівкової складової в МЗ, перевищення питомої ваги безготівкових коштів (від 48,5 % у 2010 р. до 53,5 % у 2020 р.) над готівковими (від 30,6 % у 2010 р. до 26,7 % у 2020 р.);

– загальне збільшення грошової маси протягом 2010–2020 рр. склало 1 169 351 млн грн.

Важливими показниками оцінювання перспектив економічного зростання в державі є коефіцієнт монетизації та швидкість обігу грошей, які відображають довіру суспільства до національних грошей, до політики монетарної влади, а також рівень кредитної активності [2] (рис. 1). Ці питання є важливими в регіональних масштабах [3].

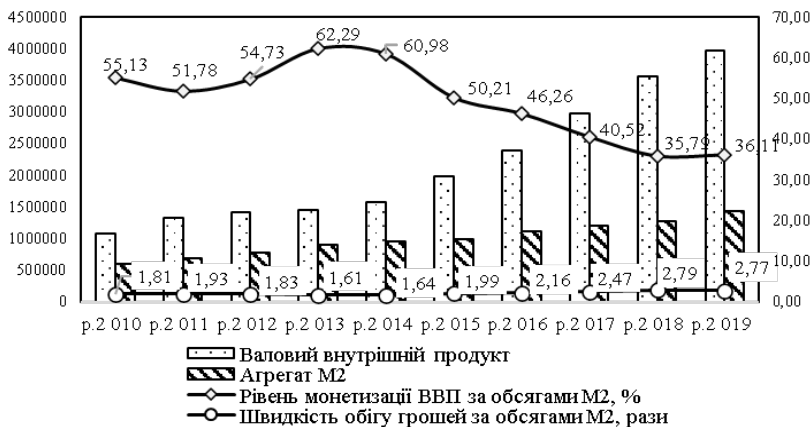


Рисунок 1 – Рівень монетизації економіки за М2 та швидкість обігу грошей, об.

За даними рис. 1, слід відзначити зниження показника монетизації економіки за грошовим агрегатом М2, що свідчить про зниження попиту економічних суб'єктів на реальні гроші із 55,13 % у 2010 р. до 36,11 % у 2019 р., оберненою є динаміка V.

Отже, динаміка обсягу грошової маси та рівень монетизації економіки в сучасних умовах відповідають розвитку економіки загалом.

Список використаних інформаційних джерел

1. Офіційний сайт НБУ. Офіційна сторінка. URL: <https://bank.gov.ua> (дата звернення: 07.03.2021).
2. Омельченко О. І., Рац О. М. Аналіз та регулювання грошової маси України. Ефективна економіка. 2018. № 3 [Електронний ресурс]. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6176> (дата звернення: 07.03.2021).
3. Єгоричева С. Б., Гасій О. В. Сучасний механізм функціонування регіональної банківської системи: монографія. Полтава: ПУЕТ, 2016. 217 с.

ПАНДЕМІЧНІ ОБЛІГАЦІЇ ЯК БАЗОВИЙ ІНСТРУМЕНТ ФІНАНСУВАННЯ СТРАХОВОГО РИНКУ ЗА ДОПОМОГОЮ РИНКІВ КАПІТАЛІВ

А. С. Несен, студент спеціальності Фінанси, банківська справа та страхування, група ФБСС б інт-11

С. П. Прасолова, науковий керівник, к. е. н., доцент кафедри фінансів і банківської справи

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Відомо, що катастрофічні ризики серед інших різновидів оцінюваних небезпек становлять найсуттєвіші та інколи наймасштабніші загрози не лише для окремого підприємства, а й для людства загалом.

Глобальна рада з моніторингу готовності до надзвичайних ситуацій, незважаючи на успіхи, досягнуті в період після кризи, пов'язаної зі спалахом лихоманки Ебола в Західній Африці у 2014–2015 роках, зазначила у своїй доповіді за 2019 рік «Світ під загрозою», що ризик масштабних епідемій стає все більш серйозним, і зробила висновок про те, що світова спільнота до них як і раніше не готова. Рада попередила, що 119 продовжуються конфлікти, нестабільність у ряді держав і вимушена міграція все більше ускладнюють боротьбу з такими епідеміями та захворюваннями, як лихоманка Ебола, грип та ТГРС (SARS) [1].

На допомогу у подоланні катастрофічних подій, пов'язаних із пандемією, приходять гібридні фінансові інструменти із розряду ILS – пандемічні облігації.

В основі пандемічної облігації лежить механізм сек'юритизації страхових ризиків, тобто залучення страховою (перестраху-

вальною) компанією грошових коштів для фінансування страхових резервів та підвищення власної фінансової стійкості шляхом передачі права на отримання страхових премій іншій юридичній особі, яка розміщує на фінансових ринках цінні папери (як правило облігації). Тим самим використання облігації катастроф (CAT-bonds) дозволяє переносити страхові ризики від **носія ризику** (зазвичай це *страхова чи перестрахова компанія, але це також може бути країна чи регіональний уряд*) на фінансові ринки. Інвестор надає капітал як забезпечення для страхування, а навзамін отримує відсотки. Для захисту як інвестора, так і носія ризику інвестиція розміщується у **спеціально створеній перестраховій компанії (SPV чи сайдкарі)**, який створюється з єдиною метою – управління цінними паперами та виплата вимог до носія ризику, якщо умови страхування виконуються [2, с. 452]. Між SPV та носієм ризику існує *угода про перестрахування*, яка визначає умови, які повинні бути виконані для виплати частини або всієї вартості цієї облігації.

Якщо пандемія не настає, договір по ILS діє як звичайна облігація, яка передбачає періодичну виплату купонних платежів та основної суми (тіла) в кінці терміну погашення. Якщо ж трапляється страховий випадок, тобто страхувальник зазнає катастрофічних збитків від хвороби, пов'язаної з пандемією, власник облігації припиняє отримувати купонні платежі, а основна сума облігації (англ. – principal amount) спрямовується на покриття збитків, заподіяних внаслідок масового захворювання.

Уперше пандемічні облігації були випущені Світовим Банком у 2017 році з метою зібрання коштів для постраждалих двома роками раніше від 120 Еболи африканських країн. До процесу формування необхідного капіталу були залучені країни ЄС, США, Японія та інші у співпраці з провідними перестраховиками SwissRe та MunichRe. Усього було зібрано більше 320 мільйонів доларів з випуску облігацій різних класів із середньою дохідністю у 10,2 % [1].

У нинішній ситуації, коли пандемія набирає обертів, варто активніше залучати капітал для зменшення тяжкості наслідків епідемії коронавірусу COVID-19.

Для цього необхідна розширена консолідована програма дій, які полягають у такому:

- вдосконалення механізмів існуючих інструментів акумулювання коштів у пандемічні фонди;
- створення ефективної системи адресного перерозподілу залучених коштів постраждалим;
- пошук можливостей неперервного поповнення фондів із активним залученням до взаємовигідної співпраці провідних фінансових інституцій;
- надання інвесторам більшої гнучкості у прийнятті рішень, в тому числі із задіянням опціонних механізмів, задля прискорення оборотності коштів інвестиційних фондів.

Отже, застосування пандемічних облігацій у нинішніх умовах управління катастрофічними ризиками, пов'язаними з пандемією, має бути розширене, а механізми гнучкими та адаптованими до мінливих умов сьогодення.

Список використаних інформаційних джерел

1. World Bank Launches First-Ever Pandemic Bonds to Support \$500 Million Pandemic Emergency Financing Facility [Electronic resource] // The World Bank. – Access mode: <https://www.worldbank.org/en/news/pr>.
2. Прасолова С. П. Інститути міжнародного страхового ринку : навч. посіб. / С. П. Прасолова, В. В. Карцева. – Київ : Центр учбової л-ри, 2020. – 568 с.

ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

А. А. Петровец, студент специальности «Логистика», группа Г-21

И. Н. Новикова, научный руководитель, ст. преподаватель кафедры бухгалтерского учета

Учреждение образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации»

Инвестиции играют важную роль в деятельности любого предприятия. Привлечение инвестиций дает ему дополнительные конкурентные преимущества и является мощным инструментом роста. Масштабы и эффективность использования инвестиций определяют результаты управления на разных уровнях экономики, состояние, конкурентоспособность и потенциал развития всей национальной экономики. В современных усло-

виях привлечение инвестиций в экономику – ключевая задача. Ее можно эффективно решить за счет повышения инвестиционной привлекательности.

Инвестиционная привлекательность – это совокупность объективных свойств, признаков, средств и возможностей, определяющих возможный платежеспособный спрос на эти инвестиции. Также инвестиционная привлекательность рассматривается как оценка эффективности использования собственного и заемного капитала, анализ его платежеспособности и ликвидности.

Инвестиционная политика, в свою очередь, представляет собой совокупность финансово-экономических показателей, которые определяют оценку внешней среды, уровень позиционирования на рынке, потенциал полученного в итоге результата. Оценка инвестиционной привлекательности предприятия осуществляется путем расчета экономического состояния предприятия с использованием финансовых показателей [1].

Существует три подхода к оценке инвестиционной привлекательности предприятий: рыночный, бухгалтерский и комбинированный (комплексный).

Рыночный метод оценки инвестиционной привлекательности основан на анализе внешней информации о компании, что позволяет оценить изменение как рыночной стоимости ее акций, так и размера выплачиваемых дивидендов путем расчета следующих показателей:

- общая доходность вложений в акции компании;
- рыночная добавленная стоимость капитала;
- отношение рыночной капитализации к капиталу [2].

Бухгалтерский подход основан на анализе внутренней информации и использует механизмы анализа хозяйственной деятельности. Основные показатели рассчитываются на основе данных финансовой отчетности компании: стоимость чистых активов, денежные потоки, чистая прибыль, экономическая добавленная стоимость и т. д.

Комбинированный (комплексный) подход основан на анализе как внешних, так и внутренних факторов. Он объединяет всю систему наиболее значимых для инвестора финансово-экономических в единый интегральный показатель инвестиционной привлекательности с последующей оценкой ее уровня. В настоя-

щее время с целью наиболее полной и объективной оценки инвестиционной привлекательности организации рассмотрены качественные критерии. Это не менее важные характеристики организации, а также финансово-экономические показатели. К этим критериям относятся уровень корпоративного управления, состояние управления, информационная прозрачность и открытость предприятия, риски и др. Выбранные показатели сравниваются с рекомендованными значениями. Весовой коэффициент каждой группы показателей определяется конкретным инвестором и зависит от его личных предпочтений.

Все вышеперечисленные методы оценки инвестиционной привлекательности предприятия актуальны и могут применяться на практике. Но развивающаяся информационная экономика диктует свои собственные требования к организации, функционированию и оценке эффективности бизнеса. В условиях нестабильности и неопределенности внешней среды от инвестора требуется точная оценка становления организации не только сегодня, но и в будущем. Прямые и портфельные инвесторы заинтересованы в перспективах, надежности и конкурентоспособности предприятия. Поскольку применяемые в настоящее время методы не позволяют проводить такую оценку, это способствует увеличению инвестиционного риска. Наиболее качественная и надежная оценка эффективности инвестиций возможна только на основе затратного подхода, поэтому необходимо разработать модель стоимостной оценки инвестиционной привлекательности [3].

Список использованных информационных источников

1. Инвестиционная привлекательность предприятия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://kudainvestiruem.ru/predpriyatie/investicionnaya-privlekatelnost.html> (дата доступа: 06.03.2021). – Название с экрана.
2. Оценка инвестиционной привлекательности организаций промышленности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://1atoll.ru/?id=622> (дата доступа: 06.03.2021). – Название с экрана.
3. Жулдыбин А. В. Современные подходы к оценке инвестиционной привлекательности организаций [Электронный ресурс] / А. В. Жулдыбин. – Режим доступа: https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/114796/1/zhuldybin_sbornik14.pdf (дата доступа: 06.03.2021). – Название с экрана.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ БУХГАЛТЕРСКОГО БАЛАНСА В СИСТЕМЕ МСФО

Г. Г. Половкова, студент специальности «Бухгалтерский учет, анализ, аудит», группа БМ-113

Н. Н. Затолгутская, научный руководитель, к. э. н., доцент кафедры бухгалтерского учета

Учреждение образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации»

Бухгалтерский баланс на всех этапах ведения субъектами хозяйствования своей деятельности является основным источником информации для оценки эффективности ведения бизнеса, его состояния и рисков предпринимательской работы. Порядок и правильность его заполнения определяется Национальным стандартом бухгалтерского учета и отчетности «Индивидуальная бухгалтерская отчетность», утвержденным постановлением Минфина Республики Беларусь от 12.12.2016 № 104.

Несмотря на шаги сближения бухгалтерской отчетности Республики Беларусь к международным стандартам все же имеются серьезные расхождения с ними в отношении содержания, что в свою очередь влечет снижение прозрачности отчетности.

Для принятия эффективных управленческих решений, построения и управления бизнесом бухгалтерская и финансовая отчетность должна быть максимально приближена к международным стандартам финансовой отчетности (далее – МСФО).

Как показывает существующая практика, финансовая отчетность, составленная по белорусским и международным стандартам для одного и того же субъекта хозяйствования на рынке производства продукции, выполнения работ, оказания услуг, может существенно отличаться.

Одной из самых актуальных проблем трансформации и предоставления необходимой информации, содержащейся и «скрытой» в существующей бухгалтерской отчетности Республики Беларусь, является правильный выбор способа перехода к составлению отчетности в соответствии с требованиями МСФО.

В соответствии с международными стандартами различают несколько способов составления бухгалтерской отчетности. К ним относятся:

1. Параллельный – его суть заключается в одновременном ведении учета по белорусским и зарубежным стандартам. К его

достоинству относится низкий уровень риска неточности (неверности) информации, к недостаткам – высокая стоимость, несовершенство средств программного обеспечения.

2. Комбинированный. Его суть заключается в периодической трансформации данных из существующего учета в учет МСФО с осуществлением последующих корректировок. К достоинствам относится достаточная точность раскрытия сути информации в любые сроки, не ожидая окончания составления бухгалтерской отчетности.

3. Трансформация отчетности – формирование показателей отчетности по МСФО осуществляется на основании отчетности по белорусским стандартам путем проведения корректировок. Достоинствами данного способа являются экономичность, доступность, а недостатками – высокие риски существенного искажения отчетности, невозможность прогнозирования данных отчетности по МСФО [3].

Пути совершенствования бухгалтерского баланса в соответствии с МСФО для Республики Беларусь являются:

1. Доработка бухгалтерского баланса в отношении информации о сумме начисленной амортизации основных средств с целью определения степени их износа (годности), расчета эффективности их использования, а также в отношении выделения основных средств, не вовлеченных в хозяйственный оборот и не участвующих в предпринимательской деятельности.

2. Реструктуризация строки 250 бухгалтерского баланса «Краткосрочная дебиторская задолженность» по ликвидности с целью изучения и анализа движения денежных потоков, являющихся наиболее ликвидными активами.

3. Разделение внутрихозяйственных займов на долгосрочные краткосрочные периоды (на срок менее 1 года).

Таким образом, данные пути будут способствовать сближению отечественных и зарубежных стандартов ведения бухгалтерского баланса.

Список использованных источников информации

1. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 1 «Представление финансовой отчетности» [Электронный ресурс] : Постановление Совета Министров Республики Беларусь и Национального банка Республики Беларусь от 19.08.2016 № 657/20. – 2017.–

Режим доступа: <http://www.government.by> (дата доступа: 16.02.2021). – Название с экрана.

2. Савицкая Г. В. Повышение информационного ресурса бухгалтерской отчетности / Г. В. Савицкая, Е. Л. Валюшко // Бухгалтерский учет и анализ. – 2014. – № 3. – С. 39–43.
3. Трансформация финансовой отчетности в МСФО: этапы, способы составления и проблемы [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: <https://promsfo.by> (дата доступа: 14.02.2021). – Название с экрана.

«БУХГАЛТЕРСЬКІ ТАЛАНТИ» ВІДОМИХ У СВІТІ ЛЮДЕЙ

С. А. Пономаренко, студентка спеціальності Облік і оподаткування, група ОА-11;

І. О. Потерайло, студентка спеціальності Облік і оподаткування, група ОА-11

Н. В. Прохар, науковий керівник, к. е. н., доцент кафедри бухгалтерського обліку і аудиту
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Як відомо, талановита людина – талановита у всьому. Знамениті люди світу, що мали професію бухгалтера, досягли не тільки світового визнання, а й зробили значний вклад у розвиток мистецтва та науки.

Джон Рей Грішем (8.02.1955 р., Джонсборо, Арканзас) – американський письменник, автор кримінальних романів та романів у жанрі «юридичні трилери». Після школи Грішем вступив до Університету штату Міссісіпі, який закінчив у 1977 р. за спеціальністю «Бухгалтерський облік». Згодом продовжив навчання на юридичному факультеті того ж університету, закінчив його у 1981 р. і почав працювати юристом. Нині багато книг Грішема перекладені різними мовами світу, станом на 2012 р. друком вийшло понад 270 млн примірників його творів у всьому світі. Його романи екранізовані за участю відомих голівудських акторів. У 2018 р. Джон Рей Грішем увійшов до 5-ки письменників рейтингу «Forbes», які найбільше заробляють, посів четверте місце, заробивши 21 млн \$.

Едвард Джон «Едді» Іззард (7.02.1962 р., Аден, сучасний Ємен) – англійський стендап-комік та драматичний актор. Його батько був бухгалтером та працював у British Petroleum. Перші

кроки як комік Іззард зробив під час навчання на факультеті бухгалтерського обліку в University of Sheffield. Подружившись з Робом Баллардом, Іззард незабаром залишив виш, не отримавши диплома. Його стиль: ексцентричний монолог та пантоміми, він знімається на телебаченні і в кіно, грає у спектаклях та займається благодійністю.

О. Генрі (справжнє ім'я – **Вільям Сідні Портер**, 11.09.1862 р., Грінсборо, Північна Кароліна – 5.06.1910 р., Нью-Йорк, США) – американський письменник. Портер закінчив середню школу своєї тітки у 1876 р. Невдовзі вступив до вищої школи Ліндсей Стріт. У 1879 р. він почав працювати бухгалтером у аптеці свого дядька, а у 1881 р., у 19 років, став фармацевтом. Тут він показав свій талант малювати шаржі для відвідувачів аптеки. Змінивши багато професій (ковбой, продавець тощо), став касиром у Першому національному банку, одночасно займаючись журналістикою. У 1896 р. був підозрений у розтраті, а роком пізніше засуджений до 5 років. В ув'язненні він почав свою літературну кар'єру. Так і сталося перевтілення бухгалтера у майстра слова.

Альфонс Габріель «Аль» Капоне (17.01.1899 р. – 25.01.1947 р.) – американський гангстер, який очолював кримінальний синдикат, що займався контрабандою спиртних напоїв у період сухого закону в США в 1920–1930-х рр. Капоне розпочав свою кар'єру в Брукліні, де працював бухгалтером. Пізніше став босом злочинної організації, відомої як Чикаго Аутфіт. Його кримінальна кар'єра скінчилася 1931 р., коли Капоне був звинувачений та засуджений федеральним урядом. Цікаво те, що саме скромний і, напевно, дуже сміливий бухгалтер Френк Вілсон зумів «здобути» докази для кримінальної справи проти Капоне. Він, вивчивши конфісковані в закладах Капоне архіви податкової служби за кілька десятиліть, виявив докази несплати податків. Тому Аль Капоне і був засуджений. В історії він запам'ятався як король мафії, але міг бути «королем бухгалтерії».

Амшель Майєр Ротшильд (23.02.1744 р., Франкфурт-на-Майні – 19.09.1812 р.) – засновник банку у Франкфурті-на-Майні, банкір, купець. Майєр був дійсно здатним і обдарованим бухгалтером і зміг заснувати одну з найвідоміших династій у світі. Покинувши бухгалтерську справу, він заснував банк. І до речі, бізнес Ротшильдів досі приносить прибуток. Оскільки

Амшель Майер помер бездітним, управління банківським будинком перейшло до його племінників.

П'єр Карден (2.07.1922 р., Сан-Б'яджо-ді-Каллальта, Італія – 29.12.2020 р., Неї-сюр-Сен, Франція) – французький модельєр італійського походження, «Жива легенда моди». Власник ресторану «Максим» і однойменної торгової марки, Посол доброї волі ООН (2009–2020 рр.). П'єр Карден почав з посади бухгалтера в компанії «Віші» і пропрацював на ній близько 4-х років. Бухгалтерський досвід приніс свої дивіденди: Карден – не тільки чудовий модельєр, але й успішний бізнесмен. У 1950 р. П'єр Карден заснував власний Будинок Моди і через рік представив першу колекцію костюмів для балів.

Джон Девісон Рокфеллер (8.07.1839 р., Річфорд, штат – 23.05.1937 р., Ормонд Біч, Флорида) – американський підприємець та благодійник. Неофіційно вважається найбагатшою людиною всіх часів. Навчався в коледжі Клівленда, де викладали бухгалтерський облік і основи комерції. У 16 років намагався влаштуватися бухгалтером. Рокфеллера взяли на місце асистента бухгалтера в компанію Hewitt and Tuttle. У 18 років Джон став молодшим партнером у торговій фірмі. У 25 років, коли всі знайомі вважали, що він назавжди пов'яже своє життя з бухгалтерським обліком, Рокфеллер став нафтовим магнатом.

Список використаних інформаційних джерел

1. TOP – 10 відомих бухгалтерів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://interbuh.com.ua/ru/documents/onenews/38014>. – Назва з екрана.

УЧЕТНАЯ ПОЛИТИКА ОРГАНИЗАЦИИ: РАСКРЫТИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО АСПЕКТА

И. И. Рейникова, магистрант специальности «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», группа БМ-113

Н. Н. Затолгутская, научный руководитель, к. э. н., доцент кафедры бухгалтерского учета, Учреждение образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации»

Учетная политика занимает весомое место в рациональной организации бухгалтерского учета в организации. Учетная политика – это совокупность способов организации и ведения бухгалтерского учета, принятая организацией, представляющая со-

бой систему непрерывного формирования информации в стоимостном выражении об активах, обязательствах, о собственном капитале, доходах, расходах организации посредством документирования, инвентаризации, учетной оценки, двойной записи на счетах бухгалтерского учета, обобщения в отчетности [1].

В Республике Беларусь действует Национальный стандарт бухгалтерского учета и отчетности «Учетная политика организации, изменения в учетных оценках, ошибки», утвержденный постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 10 декабря 2013 г. № 80, который регламентирует порядок составления и изменения учетной политики [2].

Организация определяет способы ведения и организации бухучета, которые будет применять, в начале осуществления своей деятельности, и излагает их в учетной политике [3]. Построение в организации системы учета и отчетности в целях управления бизнесом аналогично постановке бухгалтерского учета и реализуется похожими этапами. При этом функционирование системы управленческого учета и отчетности регламентируется теми же документами, которые используются в финансовом учете. Но цели данных видов учета существенно различаются. Соответственно, различаются и цели их учетных политик. Основная цель учетной политики бухгалтерского финансового учета заключается в выборе одного из допускаемых стандартами способа ведения учета. Учетную политику для целей управленческого учета можно определить, как совокупность способов ведения управленческого учета, обеспечивающих его непрерывность и преемственность и способствующих реализации возможностей его элементов в интересах внутрифирменного управления хозяйствующим субъектом.

На формирование учетной политики для целей управленческого учета влияют внешние и внутренние факторы. Многие ученые-экономисты советуют уделять большее внимание внутренним факторам, таким как особенности нормативно-правового регулирования деятельности, характер и масштаб деятельности, организационная структура, наличие систем информационного обеспечения для целей управления. Не стоит пренебрегать и внешними факторами: уровень инфляции, усиление конкуренции.

При разработке учетной политики для целей управленческого учета должен быть выбран механизм формирования записей в главной книге управленческого учета, а именно –

метод трансформации данных бухгалтерского учета или метод первичного учета. При этом следует расширить перечень первичных документов, которые теперь становятся предназначенными для системы управленческого учета. Последовательно решаются вопросы определения ответственности за предоставление первичных документов и методологическое сопровождение, закрепления функций оформления и занесения в виде записей на счета управленческого учета первичных документов, и т. д. Следовательно, создается цельная инфраструктура, не уступающая по обеспечению системе бухгалтерского финансового учета в организации, позволяющая обеспечить управленческий учет на необходимом уровне и, возможно, интегрированная с системой бухгалтерского учета. Это обеспечит преимущество управления организацией на базе тщательно отобранной и выверенной информации и многократно оправдывает значительные вложения в создание системы полноценного управленческого учета и отчетности.

Таким образом, грамотно сформированная учетная политика, способствует усилению финансовой устойчивости и независимости организации и в дальнейшем улучшению финансово-экономических показателей деятельности организации. Внедрение учетной политики для целей управленческого учета станет действенным инструментом повышения уровня конкурентоспособности организации, создания для организации условий занятия лидирующих позиций на рынке.

Список использованных информационных источников

1. Лемеш В. Н. Методика формирования учетной политики : учеб. пособие / В. Н. Лемеш. – Минск : Выш. шк., 2016. – 222 с.
2. Об утверждении Национального стандарта бухгалтерского учета и отчетности «Учетная политика организации, изменения в учетных оценках, ошибки»: Постановление Министерства финансов Республики Беларусь от 10 декабря 2013 г., № 80 [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа: <https://ilex-private.ilex.by/view-document/BELAW/133712/#M100015> (дата доступа: 16.02.2021). – Название с экрана.
3. Образец учетной политики производственной организации – 2021. Материал подготовлен с использованием правовых актов по состоянию на 22 января 2021 г. [Электронный ресурс] // Консультант Плюс / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2021. – Режим доступа: <https://ilex-private.ilex.by/view-document/BEPBI/85590/?searchKey=vqdc> (дата доступа: 16.02.2021). – Название с экрана.

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ БАНКУ

Т. І. Рубченко, студентка спеціальності Фінанси, банківська справа та страхування, група ФК м-11

О. В. Гасій, науковий керівник, к. е. н., доцент, доцент кафедри фінансів і банківської справи

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Банківська система визначає вектор розвитку економіки будь-якої держави, а також організовує безперервність грошових потоків на національному та міжнародному рівні. Ключовим завданням, що стоїть перед банківською системою, є забезпечення її надійності та ефективності через роботу кожної банківської установи, які повинні відповідати чітко визначеному рівню фінансової безпеки.

Фінансова безпека банків, які здійснюють банківську діяльність у всіх регіонах, може бути визначена на основі вивчення різних точок зору щодо даного поняття. Так, проблеми забезпечення фінансової безпеки банків розглянуто в працях М. Барилук [1], В. Вовк [2], О. Діденко [3], О. Шиндер [4] та ін.

Фінансова безпека банку може розглядатися по-різному, а саме через:

- стійкість і стабільність банку;
- ефективність банківської діяльності;
- захищеність фінансових інтересів клієнтів;
- управління ризиками.

На рис. 1 дається наочне розуміння місця фінансової безпеки банку в загальній системі економічної безпеки.

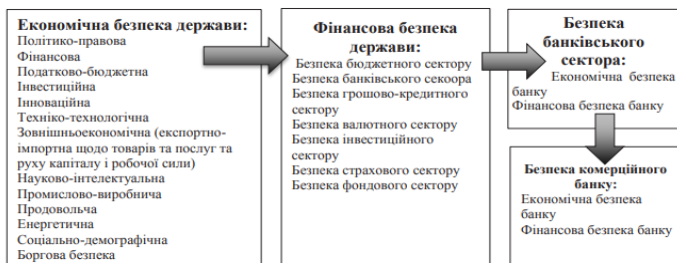


Рисунок 1 – Фінансова безпека банку в системі національної економічної безпеки [1]

На нашу думку, фінансова безпека банку – це такий стан його стійкої життєдіяльності, коли забезпечується реалізація його цілей та інтересів, а також захищеність від дестабілізуючих чинників незалежно від умов функціонування.

Фінансова безпека банку може бути дотримана за умови належного рівня відповідної системи, яка, у свою чергу, виступає середовищем для функціонування його організаційно-економічного механізму. Такий механізм забезпечення фінансової безпеки банку, на нашу думку, повинен включати об'єкти управління, цілі та мету, принципи, нормативно-правове, інформаційно-методичне, аналітичне та техніко-технологічне забезпечення, чинники внутрішнього та зовнішнього середовища, стратегічні орієнтири розвитку тощо. Усі вищенаведені складові, що є частиною системи забезпечення фінансової безпеки банку, поєднуються стійкими взаємозв'язками і не можуть функціонувати поза межами такої системи.

Комплексність забезпечення фінансової безпеки банку має бути відтворена у вигляді чітко визначеного алгоритму, за допомогою якого буде можливість здійснити оцінку ефективності процесу забезпечення його фінансової безпеки.

Таким чином, у сучасних умовах банківська діяльність перебуває в епіцентрі впливів різних факторів, що так чи інакше відбивається на діяльності кожного банку. Тому вивчення теоретичних засад забезпечення фінансової безпеки банків є ключовим завданням, що стоїть перед фінансовою наукою та потребує обґрунтування нових методик забезпечення їх фінансової стійкості та надійності в довгостроковій перспективі.

Список використаних інформаційних джерел

1. Барилук М.-М. Р. Теоретичні аспекти визначення сутності поняття «фінансова безпека комерційного банку» / М.-М. Р. Барилук // Причорноморські економічні студії. – 2017. – Вип. 15. – С. 176–181.
2. Вовк В. Я. Теоретичні засади забезпечення фінансової безпеки банку / В. Я. Вовк // Проблеми економіки. – № 4. – 2012. – С. 200–204.
3. Діденко О. Прогнозування системних банківських криз як важливий інструмент підтримки фінансової стабільності банківської системи / О. Діденко // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2012. – № 3 (19). – С. 152–155.
4. Шиндер О. В. Сутність безпеки регіональної банківської системи / О. В. Шиндер // Проблеми і перспективи розвитку фінансової системи України в умовах формування нового світового фінансово-економічного порядку: матеріали міжнар. наук.-практ. конф., 1–6 жовтня 2014 р. – Полтава : ПУЕТ. – С. 144–146.

ПРОБЛЕМЫ НАЛОГОВОГО УЧЕТА ДОХОДОВ И РАСХОДОВ ОРГАНИЗАЦИИ

Н. А. Рудченко, магистрант специальности «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», группа БМ-113

А. Н. Трофимова, научный руководитель, к. э. н., доцент кафедры бухгалтерского учета

Учреждение образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации»

Роль налогов в современных условиях функционирования налоговой системы Республики Беларусь переоценить сложно: без налогов невозможна эффективная рыночная экономика. С каждым годом усиливается потребность в достоверной оценке налоговых показателей и реальной информации налогооблагаемых оборотов. Отсутствие должного внимания к проблеме организации налогового учета в настоящее время приводит к допущению ошибок при исчислении налогов. Для стабильного функционирования любой организации необходимо осуществление оптимальной налоговой политики, которая позволит сбалансировать налоговые платежи и выбрать наиболее эффективные методы отражения хозяйственных операций в налоговом учете. Налоговая политика организации – это ее действия как налогоплательщика по созданию оптимальных (с ее точки зрения) налоговых условий и эффективного управления налогом обложением [1].

В соответствии с действующим законодательством, бухгалтерский учет и отчетность основываются среди прочих на принципе начисления. Сущность его заключается в том, что хозяйственные операции отражаются в бухгалтерском учете и отчетности в том отчетном периоде, в котором они совершены, дата проведения расчетов по этим хозяйственным операциям значения не имеет. Кроме того, доходы и расходы в зависимости от их характера, условий осуществления и направлений деятельности организации подразделяются на: доходы и расходы по текущей деятельности; доходы и расходы по инвестиционной деятельности; доходы и расходы по финансовой деятельности [2]. Однако при признании доходов и расходов для целей налогового учета применяется иной подход: в целях налогового учета доходы (расходы) разделены на доходы (расходы) от реализации и внереализационные доходы (расходы) и зачастую

дата их признания в налоговом учете определяется налоговым аспектом учетной политики организации. Очевидно, что в налоговом учете отсутствует понятие доходов (расходов) по инвестиционной и финансовой деятельности, но это не означает, что они не участвуют в налогообложении прибыли. При наличии такого вида доходов (расходов) необходимо производить расчетные корректировки к бухгалтерскому учету и отражать их в налоговом учете (регистрах налогового учета) в составе доходов (расходов) от реализации либо в составе внереализационных доходов (расходов).

Регистры налогового учета бухгалтера чаще всего ведут вручную как на бумажных носителях, так и в электронном виде, что не может не сказаться на качестве выполняемой работы и увеличении трудовых затрат. Основными рекомендациями в целях упрощения процесса ведения налогового учета являются введение дополнительных субсчетов к счетам доходов и расходов, которые могут быть использованы в качестве расчетных корректировок. Таким образом, после отражения всех хозяйственных операций по данным субсчетам, возможно сформировать (автоматически вывести) регистр налогового учета для исчисления налога на прибыль.

Субъекты хозяйствования на практике, пытаются объединить бухгалтерский и налоговый учет, что в большинстве случаев приводит к нарушению правил ведения бухгалтерского учета, либо выбирают способы отражения хозяйственных операций в учете исходя не из экономической эффективности и целесообразности для организации в целом, а из упрощения процедуры учета хозяйственных операций. Этот способ ведения учета – попытка максимально упростить подход к организации налогового учета, сократить трудозатраты, но он возможен только при совпадении требований налогового и бухгалтерского учета, что в отношении исчисления налога на прибыль крайне редко.

Бухгалтерский учет является основой налогового учета, поэтому необходимо укреплять его позиции. Для этого требуется совершенствовать принципы налогообложения, максимально устранить необоснованные различия, имеющиеся в налоговом законодательстве в части несоответствия понятийного аппарата, принципов признания доходов и расходов, а также определения объектов налогообложения. Отсутствие единого понятийного аппарата вносит неопределенность в понимание

отдельных норм, что приводит к непреднамеренным ошибкам [3].

Список использованных информационных источников

1. Лемеш В. Н. Методика формирования учетной политики : учеб. пособие / В. Н. Лемеш. – Минск : Вышэйшая школа, 2016. – 222 с.
2. Инструкция по бухгалтерскому учету доходов и расходов, утвержденная постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 30.09.2011 № 102 (с изменениями) // КонсультантПлюс: Беларусь. Технология 3000 / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2021.
3. Уханова О. В. методические аспекты бухгалтерского налогового учета и контроля / О. В. Уханова // Молодой ученый. – 2017. – № 7 (17). – С. 43–49.

РАЗВИТИЕ НАЛОГОВОЙ СИСТЕМЫ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ЭКОНОМИКИ

А. В. Савицкая, студентка специальности «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», группа Бс-31

Н. Н. Затолгутская, научный руководитель, к. э. н., доцент кафедры бухгалтерского учета, Учреждение образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации»

Важным направлением развития налоговой системы Республики Беларусь является цифровая трансформация экономики, которая предусматривает, помимо внедрения прогрессивных технологий, также качественные изменения организационной структуры и кадрового потенциала, внедрение новых бизнес-моделей, создание налоговой системы, адаптированной под цифровизацию [1].

Новая стратегия развития налоговых органов Республики Беларусь разработана на 2021–2023 годы с постановкой реализации следующих целей: создание современной структуры налоговых органов; эффективное налоговой администрирование и контроль на основе системы управления рисками; простые и удобные условия для добровольного исполнения плательщиками налоговых обязательств и эффективная система корпоративного управления [2].

Одновременно с развитием информационных технологий растут и социальные потребности населения в получении услуг

быстрым, доступным и качественным способом. Подобно бизнесу, налоговые органы должны использовать новые потоки данных и поддерживать постоянную связь с налогоплательщиками, как в целях налогового контроля, так и для предоставления налогоплательщикам индивидуализированных услуг.

Большую роль в цифровизации деятельности налоговых органов играют инновационные технологии. Так, одним из важных элементов электронной фискализации налоговых процедур является внедрение механизма электронных счетов-фактур, который обеспечивает:

- современные правила налогообложения для налогоплательщиков государств – участников СНГ;
- минимизацию препятствий по экспорту товаров;
- сокращение временных и трудовых затрат у налогоплательщиков и налоговых органов при применении электронных счетов-фактур;
- уменьшение прямых контактов налогоплательщиков с сотрудниками налоговых органов;
- создание электронного документооборота и предоставление возможности автоматической подготовки предварительной налоговой отчетности [3].

Другим примером является использование онлайн-касс нового поколения в розничной торговле и сфере услуг. Эти устройства передают в режиме реального времени информацию о проведенных кассовых операциях в налоговые органы напрямую или через операторов фискальных данных.

В целях создания наиболее благоприятных условий для развития бизнеса и улучшения качества обслуживания налогоплательщиков разработаны ряд электронных сервисов, благодаря которым централизовано можно получить необходимые справки и разрешительные документы, подавать налоговую отчетность, получать налоговые консультации и узнавать о нововведениях налогового законодательства.

В основном электронные услуги предоставляются для налогоплательщиков следующим образом: через web-портал (официальный сайт налоговой службы); мобильные приложения; сервисный центр; колл-центр.

Для удобного взаимодействия все налоговые услуги легко доступны на официальных интернет-сайтах налоговых администраций государств – участников СНГ. Эти интернет-сайты

содержат подробную информацию о налоговых системах государств, ставках налогов, они предоставляют возможность рассчитать сумму налогов к уплате (в разделе налоговый калькулятор). На официальных сайтах налоговых администраций государств – участников СНГ возможно вести переписку с налоговыми органами в электронном виде, направлять заявления и обращения, осуществлять запись на прием. Кроме того, на этих сайтах открыт доступ к государственным реестрам компаний, где есть возможность получить всю необходимую информацию о компаниях.

Таким образом, путем внедрения цифровых технологий в деятельность налоговых администраций, будет строиться экономика будущего – экономика знаний и доверия.

Список использованных информационных источников

1. Гусарова Л. В. Цифровая экономика России: проблемы и перспективы развития / Л. В. Гусарова // Мягкие измерения и вычисления. – 2018. – № 2. – С. 51–55.
2. О развитии цифровой экономики: декрет Президента Республики Беларусь № 8 от 21 дек. 2017 г. // КонсультантПлюс: Беларусь. Технологии 3000 / ООО «Юрспектр». – Минск, 2021.
3. Туккель И. Л. Цифровая трансформация как важная часть инновационного развития / И. Л. Туккель, С. Н. Яшин, А. А. Иванов // Инновации. – 2019. – № 3. – С. 45–50.

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ НА РИНКУ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ

М. М. Савченко, студентка спеціальності Фінанси, банківська справа та страхування, група ФКм-11

Т. П. Гудзь, науковий керівник, д. е. н., доцент професор кафедри фінансів та банківської справи

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Нові технології ведення бізнесу на ринку фінансових послуг асоціюються з поняттям «fintech». Власне «fintech» – це програмна або технологічна інновація в фінансових послугах. Типовими напрямками fintech-послуг вже сьогодні є: цифровий банкінг; електронні платежі; діджитал кредитування (P2P, B2P і кредитування фінансових компаній); страхування (автострахування, туристичне страхування).

Найпопулярніші у світі fintech-сервіси – це онлайн-платежі (більше 50 %), сервіси для страхування автомобілів та здоров'я (24 %), додатки для інвестування та збільшення капіталу (20 %), онлайн-платформи для позик (10 %), інструменти фінансового планування (10 %) [4].

В Україні у межах проекту «Цифрова адженда України 2020» з вересня 2017 року НБУ започаткував перехід на широке застосування ІТ технологій у банківській сфері, запустивши проект «Сприяння розвитку FinTech в Україні», який націлений на розвиток інноваційних фінансових технологій в Україні [2].

Сьогодні в Україні вже є понад 80 компаній, які розробляють інноваційні рішення (продукти) для фінансової сфери. При цьому 58 % fintech-проектів було засновано впродовж останніх 3-х років [3].

Наразі українські fintech бізнес-моделі працюють у таких секторах, як [11]: оплата та грошові перекази (31,6 %), фінансова інфраструктура і технології (19,3 %), кредитування (14 %), маркетплейси (7 %), страхування (5,3 %), онлайн-банкінг (5,3 %), персональні фінанси (5,3 %), мобільні гаманці (5,3 %), блокчейн (3,4 %), криптовалюти (1,75 %), регуляторні технології (1,75 %) [4]. Найбільш яскравими прикладами використання інноваційних fintech-послуг в Україні є використання Apple Pay і Google Pay (першими цей функціонал в Україні підключили Приватбанк, Ощадбанк та Monobank); безконтактна оплата і оплата за допомогою PayPass в супермаркетах, в кафе, в громадському транспорті (в київському метро); такі традиційні сервіси, як Western Union, MoneyGram, IntelExpress, та нові сервіси, такі як TransferWise, Azimo, TransferGo, які використовують для переказу коштів з-за кордону (так, перекази коштів трудових мігрантів складають 10 % ВВП країни) [1].

Враховуючи посилення конкуренції на ринку фінансових послуг під впливом глобалізації, основним трендом розвитку ринку fintech-послуг на найближчі роки можуть стати:

- отримання фінансових послуг та здійснення фінансових операцій за допомогою мобільного телефону;
- безконтактні платежі, платежі за допомогою терміналів та QR-кодів;

– цифрова та біометрична ідентифікація. Ідентифікація та авторизація клієнтів – це найважливіше завдання фінансових організацій, яке можна буде реалізувати шляхом запровадження технологій ідентифікації користувача за голосом, за відбитками пальців, завдяки розпізнанню обличчя;

– застосування технології «Blockchain». Блокчейн – це технологія розподіленої бази даних, яка може зробити фінансові транзакції більш прозорими та безпечними.

«Блокчейн» є цифровою платформою, яка зберігає інформацію про транзакції між користувачами і перевіряє їх достовірність [1]. Транзакції, як блоки, записуються в розподіленій базі даних. Ключовим для блокчейну є те, що кожен блок – це зашифрований і неповторний цифровий запис, який не може бути стертий, скасований або відредагований: тільки новий запис, підтверджений учасниками ланцюжка, може внести зміни до блокчейну. Натомість ключовою особливістю застосування технології «блокчейн» є прослідковуваність інформації вздовж усього ланцюжка, суттєво спрощуючи процес верифікації походження грошей (коштів, фінансових ресурсів, активів тощо), бенефіціарів, власників тощо. Це може відкрити можливості на ринках, де ризик контрагента був перешкодою для роботи. Найважливішим є те, що блокчейн-технологія дозволяє вирішити проблему корупції і непрозорості в питаннях взаємозаліків між фінансовими організаціями, в держреєстрах, публічних торгах, при держзакупівлях тощо.

Список використаних інформаційних джерел

1. Волосович С. В. Домінанти технологічних інновацій у фінансовій сфері / С. В. Волосович // Економічний вісник університету. – 2017. – Вип. 33(1). – С. 15–22.
2. Комплексна програма розвитку фінансового сектору до 2020 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.slideshare.net/cisbankers/project-a16-fintech-market-development>. – Назва з екрана.
3. Фінтех в Україні: тенденції, огляд ринку та каталог [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://data.unit.city/fintech/fgt34ko67mok/fintech_in_Ukraine_2019_ua.pdf. – Назва з екрана.
4. http://data.unit.city/fintech/fgt34ko67mok/fintech_in_Ukraine_2018_en.pdf.

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД РЕГУЛЮВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПРОЦЕДУР ЗАКУПІВЕЛЬ ТА ДОТРИМАННЯ ПРИНЦИПУ ДОБРОСОВІСНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ СЕРЕД УЧАСНИКІВ ТОРГІВ

А. І. Ситник, студентка спеціальності «Підприємництво торгівлі та біржова діяльність», група ПЗ м-21

Є. А. Карпенко, науковий керівник, к. е. н., доцент, завідувач кафедри бухгалтерського обліку і аудиту Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Процес удосконалення законодавства стосовно використання державних коштів потребує приведення деяких правових норм у відповідність до європейських стандартів. Тому основним напрямом розвитку системи публічних закупівель в Україні є гармонізація законодавства про публічні закупівлі в Україні з директивами Європейського Союзу та законодавством інших країн [1].

Проведене дослідження показало, що у законодавстві зарубіжних держав щодо публічних закупівель суттєва увага приділяється забезпеченню прозорості та відкритості інформації, попередженню зловживань з боку організаторів, замовників та учасників процедури закупівлі.

Загальним позитивним досвідом регулювання конкурентних процедур закупівель та дотримання принципу добросовісної конкуренції серед учасників торгів у деяких європейських державах та США є:

1) існування антикорупційного законодавства, яке містить обмежень щодо учасників процедур публічних закупівель з метою попередження виникнення конфлікту інтересів;

2) законодавче регулювання місцевих закупівель шляхом надання права органам місцевого самоврядування самостійно організовувати та проводити закупівлі у межах своїх потреб за кошти місцевих бюджетів;

3) законодавчо закріплена недискримінації учасників процедури закупівлі шляхом конкретизації умов, які заборонено встановлювати замовникам, як таких, що можуть бути визнані дискримінаційними і порушують принцип добросовісної конкуренції;

4) недопущення порушення законодавства про економічну конкуренцію, закріплення антиконкурентних вимог та гарантій їх забезпечення при проведенні закупівлі.

Так, у США законодавством визначено необхідність проведення політики, яка не допускає виникнення конфлікту інтересів та стимулювати відповідну поведінку працівників, які відповідають за державні замовлення [2]. Зокрема забороняється розкривати інформацію про заявку на контракт до моменту оголошення про укладення контракту та встановлювати дискримінаційні вимоги.

У більшості зарубіжних країн, як і в США, процедура закупівлі проводиться в основному через централізовану електронну систему, втручання в роботу якої вважається правопорушенням. Саме це сприяє мінімізації людського фактору та реалізації принципу добросовісної конкуренції серед учасників.

В Австрії, Іспанії та Португалії установи центрального рівня прямо зобов'язані законом здійснювати закупівлі через централізовані закупівельні організації, а для решти замовників така процедура не є обов'язковою. У Бельгії встановлено таку обов'язковість у разі перевищення певного вартісного обсягу закупівель, а в Німеччині, де централізовані закупівельні організації функціонують на рівні Міністерства внутрішніх справ, усі закупівельні тендери федеральних міністерств вище певного порогового рівня повинні проводити виключно через централізовані закупівельні організації [3].

Відповідно до законодавства Бразилії публічні роботи, послуги, придбання та передача права власності на товари та іншу продукцію укладаються шляхом відкритої тендерної процедури, яка повинна забезпечувати рівні умови для всіх учасників торгів [4].

Вважаємо, що міжнародний досвід щодо недискримінація учасників та рівного ставлення до них у сфері публічних закупівель, який пропонує певні рамкові механізми, дозволить зробити національне законодавство у сфері публічних закупівель більш чітким і виваженим.

Список використаних інформаційних джерел

1. Кулик В. А., Карпенко Є. А. Торги з обмеженою участю: порядок проведення та необхідність застосування підприємствами й установами в Україні. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2019. № 4 (95). С. 22–30.

2. Фалко Ю. В. Організація державних закупівель: зарубіжний досвід та практика України. *Університетські наукові записки*. 2014. № 1 (49). С. 261–269.
3. Гризоглазов Т. В., Давидов І. А. Зарубіжний досвід здійснення державних закупівель. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Економічні науки*. 2016. Вип. 19. Ч. 1. С. 129–133.
4. Government Procurement Law and Policy. The Law Library of Congress, Global Legal Research Center. 2010. URL: <https://www.loc.gov/law/help/govt-procurement-law/government-procurement.pdf> (дата звернення 12.03.2021).

АНАЛИЗ МЕТОДОВ ВЕРОЯТНОСТИ БАНКРОТСТВА ОРГАНИЗАЦИИ

В. М. Ткачева, *магістрант спеціальності «Бухгалтерський учет, анализ и аудит», група Бм-11*

Н. Н. Затолгутская, *научний керівник, к. э. н., доцент кафедри бухгалтерського учета*

Высшее учебное заведение «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации»

В условиях рыночной экономики всякое дело сопряжено с риском. При отсутствии квалифицированного менеджмента, ликвидных средств и других составляющих неопределенность становится источником убытков. Последствие ведут к несостоятельности организации – банкротству. Под банкротством понимается неспособность организации финансировать текущую операционную деятельность и погашать срочные обязательства.

К сожалению, на сегодняшний день не существует единой общепризнанной методологии прогнозирования банкротства. Все основные методики направлены на установление факта несостоятельности предприятия, когда все признаки банкротства уже слишком явно проявили себя.

Для расчета показателей используются, как правило, данные бухгалтерской отчетности. Отчетные документы, принимаемые для расчета тех или иных коэффициентов, формируются на определенную дату, которая позволяет зафиксировать финансовое состояние в статической точке финансово-хозяйственной деятельности. Поэтому дать достоверную оценку финансовому

состоянию предприятия порой очень сложно. Необходимо отметить, что эта информация за частую не отражает всей полноты картины, характеризующей деятельность предприятия, не учитывает отраслевую и региональную специфику. Существует множество методик оценки вероятности наступления банкротства, результаты которых могут кардинально отличаться друг от друга на примере одного и того же исследуемого предприятия.

В зарубежной и в отечественной экономической литературе изучением данной проблемы занимались такие ученые, как: Э. Альтман, Ж. Конан и М. Голдер, Дж. Фулмер, Р. Тафлер и Г. Тишоу, Г. Спрингейт, Р. Лис, Ж. Депалян, Г. В. Савицкая, О. П. Зайцева, ученые Иркутской государственной экономической академии Г. В. Давыдова, А. Ю. Беликов и др [3].

По нашему мнению, формирование данных на основе выборки определенных предприятий носит достаточно условный характер. Необходимо отметить, что каждое предприятие является абсолютно индивидуальным, и даже, на первый взгляд, практически одинаковые финансовые показатели несут в себе разную информацию.

Для обобщения информации об основных методах прогнозирования банкротства проведем их сравнительную характеристику представленную в табл. 1.

Все четыре метода прогнозирования банкротства основаны на анализе финансовых показателей ликвидности, оборачиваемости, рентабельности и весовых коэффициентов, однако ни одна из методов не учитывает влияние современных инноваций на финансовую устойчивость и не показывает 100 % вероятность банкротства. Наименее точной оказалась модель Иркутской ГЭА, а наиболее точной модель Сайфулина-Кадыкова. Инновации меняют современные подходы к деятельности организации и разрушают сложившиеся экономические модели оценки финансовой устойчивости организаций. Существующие методы оценки банкротства торговых организаций требуют существенной доработки и усовершенствования с учетом современных подходов к бизнесу и приверженности организаций к инновациям [1].

Таблица 1 – Сравнительная характеристика методов прогнозирования и оценки вероятности наступления банкротства

Наименование метода, автор	Сущностные характеристики	Преимущества	Недостатки
Пятифакторная Z-модель Э. Альтмана (1968 г.)	Основана на показателях отношения собственного оборотного капитала, нераспределенной прибыли, прибыли до уплаты процентов, выручки к сумме активов баланса, стоимости собственного капитала к заемному капиталу	Характеризует экономический потенциал предприятия и результаты его хозяйственной деятельности	Данная модель применяется при условии развития рынка ценных бумаг. Не учитывает отраслевой и региональной специфики
Четырехфакторная модель R Иркутской государственной экономической академии Г. В. Давыдовой, А. Ю. Беликова, (1988 г.)	Основана на показателях отношения собственного оборотного капитала к активам, отношения чистой прибыли к собственному капиталу, отношение выручки к активам, отношение чистой прибыли к себестоимости продукции	Все расчеты показателей и механизм разработки подробно описаны в источнике, что позволяет применять методику на практике более эффективно. Разрабатывалась на основании статистических данных. Определяют вероятность наступления банкротства в процентах	Основной вес коэффициента K1 (8,38) основан на выборке торговых предприятий. Узкая сфера применения. Прогнозирование признаков кризисной ситуации, а не заранее
Шестифакторная модель О. П. Зайцевой (1998 г.)	В этой модели рассчитываются фактический и нормативный показатель. В расчете используются шесть коэффициентов	Простота интерпретации показателей. Возможность использования в условиях современного рынка	Низкая прогнозная способность за счет определения весовых значений экспертным путем, а не с помощью применения экономико-статистических методов анализа. Необходимость в привлечении данных прошлого периода
Метод рейтинговой оценки Р. С. Сайфулина и Г. Г. Кадыкова	Данный метод основан на модели Альтмана с адаптацией к современным условиям	Простота и понятность данной модели. Применение для любой отрасли. Относительно высокая точность	Не учитывается специфика предприятия. Невозможность оценки причины банкротства

Примечание: источник [2, с. 55].

Применять модель Альтмана нужно с осторожностью, так как этот исследователь строил свою модель на статистической выборке западных предприятий, использующих другие стандарты финансовой отчетности, что сказывается на различиях в коэффициентах. Тем не менее, его можно использовать в рекомендательном порядке, так как эта модель является универсальной, основанная на показателях финансовой отчетности и ключевых коэффициентах, рассчитанных по данным отчетности.

Таким образом, для разносторонней оценки существующих методов прогнозирования банкротства и разработки более совершенной, охватывающей все стороны деятельности предприятия методы, необходимо провести исследования дополнительных аналитических коэффициентов, выявить влияние этих показателей на результат деятельности и попытаться построить метод, который, возможно, позволит получить наиболее точный результат.

Список использованных информационных источников

1. Пучкова С. И. Анализ финансовой устойчивости компаний на основе моделей прогнозирования / С. И. Пучкова, Ю. Д. Сотнева // Аудитор. – 2020. – № 3. – 2020.
2. Янкевич Е. М. Оценка вероятности риска банкротства организации: методологический и правовой аспекты / Е. М. Янкевич // Экономика. – 2016. – № 2. – С. 51–57.
3. Попов В. Б. Анализ моделей прогнозирования вероятности банкротства предприятий / В. Б. Попов, Э. Ш. Кадыров // Учен. зап. Тавр. нац. ун-та им. В. И. Вернадского. Сер. Экономика и упр. – 2014. – Т. 27 (66), № 1. – С. 118–128.

НАПРЯМИ ТРАНСФОРМАЦІЇ ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ

С. С. Фесенко, студент спеціальності Фінанси, банківська справа та страхування, група ФКм-11

Г. М. Сидоренко-Мельник, науковий керівник, к. е. н., доцент, доцент кафедри фінансів та банківської справи
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

У сучасних умовах значна кількість українських підприємств різних видів економічної діяльності та організаційно-правових форм її організації опинилася у фінансовій кризі. Однією з

причин цього є необізнаність керівників і спеціалістів з базовими положеннями антикризового менеджменту, а звідси і незастосування їх на практиці.

Найдійовішим засобом запобігання банкрутству є вчасне виявлення ознак настання кризових ситуацій, що дає можливість знайти шляхи оздоровлення фінансового стану. Практикою господарювання доведено, що фінансову кризу легше попередити, ніж ліквідувати її наслідки та санаціювати проблемні аспекти діяльності. Визначення поняття та завдань антикризового управління еволюціонували в економічній літературі від трактування його як тимчасової діяльності до визнання необхідності постійності цього процесу.

Особливий режим господарювання, що пов'язаний з пандемією COVID-19, викликав появу широкого кола проблем [1]. На перший план вийшло забезпечення ефективності фінансово-господарської діяльності за умов дотримання критеріїв раціонального використання ресурсів, з одного боку, та обмеженого характеру доступу до них, з другого. Карантинні обмеження, заборона діяльності на час локдауну, несприятливі фактори зовнішнього середовища, як то падіння купівельного попиту та пандемічні заборони призвели до значної втрати доходів, «проїдання власного капіталу», надлишкових витрат та збитковості. У багатьох українських підприємств кошти «фінансової подушки безпеки» виявились замалими для покриття непередбачуваних витрат. В умовах невизначеності замість спрямування коштів на реалізацію запитів потенційні споживчі обирають заощадження, що теж звужує можливості підприємств щодо генерування доходів та заробляння прибутку. Отже, має місце збіг господарських умов та чинників, при яких формується тенденція до погіршення фінансового стану. Крім того, як зазначає Т. П. Гудзь, «виявлені негативні тенденції у фінансовому стані мають наростаючу динаміку протягом останніх двадцяти років» [2].

Намагаючись забезпечити прибуткову діяльність та довготривале існування бізнесу, вітчизняні підприємства, що працюють у різних сферах та галузях економіки, вивчають зарубіжний досвід антикризового управління і, як свідчать публікації у періодичних виданнях, готові вдосконалити фінансовий менеджмент з урахуванням сучасних вимог [3].

В умовах пандемії та карантину нагальною необхідністю є створення, впровадження та контроль перебігу виконання програми антикризових заходів, яка являє собою «спеціально розроблений внутрішньо нормативний документ, що містить комплекс обґрунтованих (за часом, місцем, ресурсами та виконавцями) взаємопов'язаних заходів щодо проблемних аспектів діяльності організації, спрямованих на запобігання банкрутству, подолання або недопущення кризового стану підприємства» [4].

Для функціонування бізнесу в умовах карантину реалізація антикризового механізму повинна базуватись на дотриманні наступних критеріїв в організації фінансового менеджменту: високий ступінь адаптивності та швидке реагування на ситуацію, постійний моніторинг змін та відслідковування появи «кризових сигналів». Щоб попередити поглиблення фінансової кризи, дія стратегії виживання має забезпечуватися в реальному масштабі часу. Ідеться про необхідність гнучкого адаптивного реагування на раптові зміни внутрішнього середовища під впливом факторів ризику, серед яких чільне місце займає пандемія COVID-19. Основними складниками антикризової програми діяльності підприємства, на нашу думку, мають бути санація грошових потоків та санація балансу.

Список використаних інформаційних джерел

1. «Бізнес та COVID-19: вижити не можна померти»: Аналітичний центр економіко-правових досліджень та прогнозування Федерації роботодавців України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://fru.ua/images/doc/analitics/BUSINESS_AND_COVID-19.pdf. – Назва з екрана.
2. Гудзь Т. П. Фінансово-економічний стан промисловості України: сучасні реалії / Т. П. Гудзь // Розвиток фінансового ринку в Україні: загрози, проблеми та перспективи: матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої 90-річчю Університету, 22 жовтня 2020 р. Полтава : Національний університет імені Юрія Кондратюка, 2020. – С. 168–171.
3. Мартиненко В. П. Економічна модель визначення рівня життєздатності промислових систем / В. П. Мартиненко // Формування ринкових відносин в Україні. – 2005. – №1. – С. 121–124.
4. Тимошенко О. В. Антикризове управління як передумова підвищення ефективності діяльності підприємства / О. В. Тимошенко, О. Ю. Буцька, Ф. Х. Сафарі // Економічний аналіз. – 2016. – Том 23. – № 2. – С. 187–192.

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЁТ ПАЕВЫХ ВЗНОСОВ ОРГАНИЗАЦИИ

Я. Е. Цмыг, магистрант специальности «Бухгалтерский учёт, анализ и аудит», группа БМ-13

Е. Г. Толкачева, научный руководитель, к. э. н., доцент кафедры бухгалтерского учёта

Учреждение образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации»

Паевой взнос – имущественный взнос, выраженный в денежной или неденежной форме, вносимый гражданином или юридическим лицом в порядке, определяемом уставом потребительского общества. Паевые взносы аккумулируются при вступлении членов потребительского общества, неиспользованные средства накапливаются за период членства и возвращаются по истечении срока выбывшим пайщикам.

На данный момент в практической деятельности организаций потребительской кооперации Республики Беларусь применяются следующие виды паевых взносов: вступительный, льготный (разновидность вступительного), членский и дополнительный.

Для бухгалтерского учета источников средств, полученных на содержание некоммерческих организаций, в том числе организаций потребительской кооперации, в соответствии со сметой и другими целями использования согласно Типовому плану счетов бухгалтерского учета и Инструкции № 50, используется счет 86 «Целевое финансирование», аналитический учет к которому рекомендуется осуществлять по направлениям поступления и выбытия [1].

В соответствии с разъяснениями Министерства финансов Республики Беларусь, изложенными в письме Министерству по налогам и сборам Республики Беларусь от 13 марта 2014 г. № 15-1-17/36/457, паевые взносы должны отражать на счете 86 «Целевое финансирование» за исключением фактов признания передачи имущества членам потребительского общества в качестве реализации товара, продукции (отражается как выручка от реализации товаров, продукции, работ, услуг).

Вместе с тем согласно Рабочему плану счетов бухгалтерского учета организаций потребительской кооперации, утвержденному постановлением Правления Белкоопсоюза от 12 января

2012 г. № 10, для отражения паевых взносов рекомендуется использовать отдельный синтетический счет 85 «Паевые взносы», а на субсчете 2 «Прочие источники пополнения добавочного капитала» к счету 83 «Добавочный капитал» отражать зачисление вступительных взносов членов потребительского общества. В связи с этим возникает противоречие в отражении средств паевых взносов на счетах бухгалтерского учета, которое необходимо разрешить, исследуя целевой характер и назначение непосредственно самих паевых взносов. На наш взгляд, в данном вопросе следует обратить внимание на правовой статус пайщиков в отношении потребительского общества. Согласно Закону Республики Беларусь «О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Республике Беларусь» № 93-З от 25 февраля 2002 г. учредителями потребительского общества могут быть граждане либо граждане и юридические лица. Учредителями областного союза потребительских обществ могут быть потребительские общества, учредителями республиканского союза потребительских обществ могут быть потребительские общества и областные союзы потребительских обществ [2].

Следовательно, отражение паевых взносов на счете 86 «Целевое финансирование» как средств учредителей, направленных на финансирование деятельности организаций потребительской кооперации, является неверным, поскольку в вопросе формирования паевого фонда потребительского общества приоритетность отдается юридическому аспекту. В то же время счет 83 «Добавочный капитал» также не предназначен для отражения паевых взносов, поскольку он раскрывает информацию о дополнительных вкладах учредителей, которыми в настоящее время являются не члены-пайщики, а потребительские общества, областные союзы потребительских обществ и Белкоопсоюз.

Список использованных информационных источников

1. Бычкова С. Бухгалтерский финансовый учет : учебник / С. Бычкова. – Москва : Эксмо, 2008. – 528 с.
2. Об установлении рабочего плана счетов бухгалтерского учета организаций потребительской кооперации : Постановление Правления Белкоопсоюза от 12 янв. 2012 г. № 10 // КонсультантПлюс: Беларусь. Технология 3000 / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2021.

НАЛОГОВАЯ НАГРУЗКА НА ОРГАНИЗАЦИЮ И ПУТИ ЕЕ ОПТИМИЗАЦИИ

И. И. Якимук, студент специальности «Логистика», группа Г-21

И. Н. Новикова, научный руководитель, старший преподаватель кафедры бухгалтерского учёта
Учреждение образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации»

Одним из важнейших аспектов функционирования современной налоговой системы является влияние налоговой нагрузки предприятия на его хозяйственную деятельность. Более того, основная задача любой налоговой реформы – снизить налоговую нагрузку на предприятие при условии компенсации упущенного дохода, при этом сроки и нормативно-правовая база этого процесса остаются неопределёнными. Поэтому тема оптимизации налоговой нагрузки предприятия всегда актуальна для бизнеса.

Налоговая нагрузка – один из ключевых показателей деятельности организации. В литературе существует два понятия налоговой нагрузки: абсолютное и относительное [1].

Абсолютным считается общая сумма налогов и отчислений, которые организация перечисляет в бюджет, включая взносы по обязательному страхованию. То есть абсолютная нагрузка просто показывает, сколько налогов заплатила организация. Это не очень информативный показатель для сравнительного анализа. Относительный – это соотношение между суммой уплаченных налогов, сборов, взносов и любым финансовым показателем, например, выручкой. Налоговая нагрузка рассматривается как инструмент финансового менеджмента, средство мониторинга и планирования параметров финансово-хозяйственной деятельности, которые определяют напряжённость налогообложения организации и определяют картину ее финансового состояния. Показатель налоговой нагрузки отражает результаты оценки взаимосвязи и обусловленности значений налоговых обязательств и источника уплаты налогов через ресурсную базу организации.

Несмотря на разные подходы к определению налоговой нагрузки, все исследователи сходятся во мнении, что уровень налоговой нагрузки напрямую влияет на финансовые резуль-

таты организации. Связь объектов налогообложения с факторами производства вызывает заинтересованность налогоплательщиков в интенсивном использовании ресурсов [2].

Проблема оптимизации налоговой нагрузки на предприятия актуальна на данный момент. Суть данного вопроса заключается в снижении налоговых выплат с субъектов хозяйствования в краткосрочной и долгосрочной перспективе. Также целью налоговой оптимизации может быть минимизация штрафов со стороны контролирующих налоговых органов, снижение налоговых рисков или отсрочка налоговых платежей, что заключается в переносе их уплаты на следующий период.

В целом оптимизация налогообложения – это право налогоплательщика разумно применять положения действующего налогового законодательства для минимизации своих налоговых платежей. Целью данной деятельности является получение налоговых льгот, что связано с ненаступлением обязанности по уплате обязательных платежей в бюджет или уменьшением их размера. В хозяйственной практике существует множество легитимных и легитимных методов оптимизации налоговой нагрузки предприятия, предложенных опытными экономистами:

- использование специальных режимов налогообложения, в основе которых лежит принцип замены нескольких видов налогов (НДС, налог на недвижимость, налог на прибыль и др.) единым налогом;
- использование налоговых льгот;
- использование налоговых льгот, в результате которых государство предоставляет организации определенную сумму денежных средств, которая согласно законодательству вычитается из общей суммы налогового платежа;
- изменение территориальной регистрации предприятия или места налоговой юрисдикции [3].

Список использованных информационных источников

1. Налоговая нагрузка: что это такое и как правильно рассчитать / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://1c-wiseadvice.ru/company/blog/nalogovaya-nagruzka-cto-eto-takoe-i-kak-pravilno-rasschitat/> (дата доступа: 13.03.2021). – Название с экрана.
2. Малахов, П. В. Оценка финансовой составляющей устойчивого развития организации / Малахов П. В. // Актуальные аспекты экономики, менеджмента и инноваций. Материалы Всероссийской

- научно-практической конференции / под ред. Зайцева А. Н. – Н. Новгород : НГТУ им. Р. Е. Алексеева, 2010. – С. 177–179.
3. Управление налогами в финансовой системе организации: состояние и развитие : монография / Белкоопсоюз, Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации ; под ред. Г. А. Якубенко. – Гомель : БТЭУ, 2011. – 180 с. – Режим доступа: <http://lib.i-bteu.by/handle/22092014/1297> (дата доступа 13.03.2021). – Название с экрана.

СЕКЦІЯ 3. ПРАВО Й СУСПІЛЬСТВО: ІСТОРІЯ ТА СУЧАСНІСТЬ

ОРГАНІЗОВАНА ЗЛОЧИННІСТЬ: УМОВИ, ПРИЧИНИ, ПРОБЛЕМИ ВИРІШЕННЯ

А. С. Бриж, студентка спеціальності «Право», група ПРМ-11
Р. М. Білокінь, науковий керівник, д. ю. н., доцент кафедри
правознавства, заслужений юрист України
*Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський універси-
тет економіки і торгівлі»*

На сьогодні однією з найбільших небезпек для суспільства становить організована злочинність. Така діяльність несе загрозу в усі сфери суспільних відносин, особливо, коли відбувається розбудова правової держави. У літературі організована злочинність – це суспільно небезпечне явище, яке охоплює всю сукупність злочинів, скоєних організованими злочинними угрупованнями, організованими (злочинними) групами та злочинними організаціями. Ст. 28 ККУ чітко визначає типи групової злочинності. Так, злочин визнається таким, що вчинений групою осіб, якщо у ньому брали участь декілька (двоє або більше) виконавців без попередньої змови; організована група налічує декілька осіб (три і більше), які попередньо зорганізувалися; злочинна організація складається з п'яти і більше осіб, які за попередньою змовою зорганізувалися для спільної діяльності [1].

Деякі дослідники вважають, що в нашій країні існують такі умови, які прямо сприяють вчиненню злочинів організованими групами. Наприклад, необґрунтований розподіл великих багатоепізодних і багатосуб'єктних справ, що, у свою чергу, перешкоджає встановити всі злочинні зв'язки всередині таких злочинних об'єднань. Також є така умова, як невиправданий лібералізм при призначенні покарання.

Т. Д. Момотенко пояснив свою – окрему – точку зору. Він наголошує, що однією з умов чому організована злочинність «стала вигідною і досить безпечною формою діяльності окремих осіб із найбільш активних прошарків суспільства» є невідповідний перехід до ринкової економіки [3, с. 186].

Крім того, Т. В. Корнякова вважає, що невід’ємною частиною організованої злочинності є корупція. Також вона визначає таку думку, що «корупція використовується як основний спосіб установленого контролю кримінальної сфери над владно-виконавчими структурами та фінансовими органами» [2, с. 28].

Причинами виникнення й існування організованої злочинності в Україні насамперед є:

- різкий перехід від бідності до багатства. У країні менший відсоток людей із середнім рівнем життя порівняно з низьким чи високим рівнями;

- безробіття, що підвищує «соціальну значущість» лідерів злочинних угруповань, які здатні організувати працевлаштування осіб, що втратили роботу. Це виявляється в тому, що громадяни злочинним шляхом отримують кошти для власного існування;

- системна корупція, учасниками якої стають дедалі більше посадовців та державних службовців;

- моральні та психологічні чинники, наприклад, пропагування у ЗМІ переважної частини неприємних новин;

- конфлікт на сході України.

Станом на сьогодні питання вирішення проблем щодо організованої злочинності почали розв’язуватися. Перші великі кроки до припинення злочинної діяльності зробив Кабінет Міністрів України виклавши постанову від 09 жовтня 2019 року № 867 «Про утворення територіального органу Національної поліції», таким органом став Департамент стратегічних розслідувань. Він займається лише оперативною роботою, викривають організовану злочинність та діють на випередження. Також КМУ видав розпорядження від 16 вересня 2020 року № 1126-р «Про схвалення Стратегії боротьби з організованою злочинністю», що має на меті побудувати ефективну систему боротьби з організованою злочинністю.

Отже, організованою злочинністю є діяльність, яка перешкоджає формуванню правової держави та достатнього рівня життя населення. Основними умовами та причинами виникнення організованих угруповань у широкому розумінні є економічні, політичні та морально-психологічні чинники. Результатом боротьби з такою діяльністю ми маємо декілька важливих нормативних документа, за допомогою яких органи державної влади мають

план та повноваження щодо усунення організованої злочинності.

Список використаних інформаційних джерел

1. Кримінальний кодекс України (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 05.04.2001 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2341-14#Text>. – Назва з екрана.
2. Корнякова Т. В. Кримінологія : навч.-метод. посіб. / Т. В. Корнякова. – Дніпропетровськ, 2013. – 54 с.
3. Момотенко Т. Д. Виникнення, становлення та поширення організованої злочинності в Україні: історичний огляд [Електронний ресурс] / Т. Д. Момотенко // Форум права. – 2015. – № 1. – С. 182–189. – Режим доступу: file:///C:/Users/Komp/Downloads/FP_index.htm_2015_1_32.pdf. – Назва з екрана.

НЕЗАКОННЕ ВИРОБНИЦТВО, ВИГОТОВЛЕННЯ, ПРИДБАННЯ, ЗБЕРІГАННЯ, ПЕРЕВЕЗЕННЯ, ПЕРЕСИЛАННЯ ЧИ ЗБУТУ НАРКОТИЧНИХ ЗАСОБІВ АБО ЇХ АНАЛОГІВ

В. Ю. Бойко, студент спеціальності Право, група ПР 6-31
Р. М. Білокінь, науковий керівник, д. ю. н., доцент кафедри правознавства,
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

На сьогодні незаконне виробництво, виготовлення, придбання, зберігання, перевезення, пересилання та збут наркотичних засобів або їх аналогів є досить актуальною проблемою, якій українське суспільство приділяє значну увагу.

Наркотичні засоби у повсякденному житті іменують як «наркотики». Їх основу складають три критерії – медичний, соціальний та юридичний. З точки зору медицини – це речовини природного чи синтетичного походження, які здійснюють специфічний вплив на центральну нервову систему людини. Соціальний критерій – їх вживання, яке здійснюється у немедичному порядку та набуло ознак соціального явища, яке негативно впливає на соціальні зв'язки в суспільстві [2, с. 24]. Юридичний критерій знаходить своє відображення у чинних нормативно-правових актах.

Відповідно до Закону України «Про наркотичні засоби, психотропні речовини і прекурсори» від 15.02.1995 № 60/95-ВР

наркотичними засобами є речовини природні чи синтетичні, препарати, рослини, включені до Переліку наркотичних засобів, психотропних речовин і прекурсорів від 06.05.2000 № 770 [1].

На сучасному етапі у науці немає тотожних критеріїв та єдиної класифікації наркотичних засобів, психотропних речовин і прекурсорів. Основними критеріями класифікації наркотичних засобів є:

- 1) залежно від джерела надходження їх у незаконний обіг:
 - наркотичні лікарські препарати, що використовуються в медицині;
 - наркотичні речовини, що виготовляють кустарним способом (переважно з рослинної сировини, а також з деяких не наркотичних лікарських засобів);
 - наркотичні препарати, що застосовуються в зарубіжних державах, потрапляють у нашу країну контрабандним шляхом;
- 2) залежно від мети виготовлення:
 - ті наркотичні засоби, виготовлення яких передбачено в рамках легального обігу: а) наркотичні засоби (зазвичай виготовляються в значній кількості); б) наркотичні засоби для використання в наукових, технологічних та інших цілях (виготовляються зазвичай у невеликій кількості);
 - ті наркотичні засоби, виготовлення яких не є передбаченим у межах легального обігу (марихуана, гашиш). Усі дії з обігу вищезгаданих речовин переслідуються відповідно до кримінального законодавства.

Виробництво наркотиків – це всі дії, які пов’язані з серійним одержанням наркотичних засобів і з хімічних речовин та/або рослин, а також відокремлення частин рослин або наркотичних засобів, психотропних речовин від рослин, з яких їх отримують.

Виготовленням є будь-які дії, результатом яких є отримання готових до використання та/або вживання наркотичних засобів або їх аналогів.

Придбання наркотиків означає їх купівлю, обмін на інші товари або речі, прийняття як оплати за виконану роботу чи надані послуги, позики, подарунка або сплати боргу, тобто придбання наркотику може бути як платним, так і безоплатним [6, с.258]

Незаконне зберігання – це будь-які умисні без належного дозволу дії, пов’язані з фактичним незаконним перебуванням

наркотичних засобів, психотропних речовин або їх аналогів у володінні винної особи (вона може тримати їх при собі, у будь-якому приміщенні, сховищі або в іншому місці), у тому числі перенесення.

Перевезення наркотиків – це їх переміщення будь-яким видом транспорту у межах території України [4, с. 397].

Пересилання наркотичних засобів, психотропних речовин або їх аналогів полягає в їх незаконному переміщенні у просторі шляхом відправлення поштою, багажем, посильним або в інший спосіб з одного місця в інше в межах території України [3, с. 15].

Під збутом наркотичних засобів або їх аналогів слід розуміти як оплатні, так і безоплатні форми їх відчуження, наприклад, продаж, дарування, обмін, сплата боргу, оплата виконання робіт чи надання послуг, введення володільцем цих засобів або речовин ін'єкцій іншій особі за її згодою, пропозиція викурити цигарку, яка містить вказані речовини [5, с. 234].

Отже, можна зазначити: злочини у сфері обігу наркотичних засобів є діяннями, які створюють загрозу заподіяння шкоди або заподіюють фактичну шкоду здоров'ю невизначеного кола осіб. Ці злочини посідають важливе місце в системі злочинів проти здоров'я, оскільки спричиняють значну шкоду для здоров'я людини і згубно впливають на суспільство загалом.

Список використаних інформаційних джерел

1. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження переліку наркотичних засобів, психотропних речовин і прекурсорів» від 06.05.2000 № 770 [Електронний ресурс] // Офіційний вісник України від 26.05.2000 – 2000 р., № 19, стор. 91, стаття 789, код акта 15848/2000. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/770-2000-п>. – Назва з екрана.
2. Адміністрування наркоконтролю в Україні: навч. посіб. / В. Я. Настюк, О. М. Шевчук. – Харків: Право, 2015. – 272 с.
3. Злочини у сфері обігу наркотичних засобів, психотропних речовин, їх аналогів або прекурсорів: тактика проведення окремих слідчих (розшукових) та негласних слідчих (розшукових) дій: методичні рекомендації / С. В. Албул, С. В. Андрусенко. – Одеса: ОДУВС, 2018. – 100 с.
4. Кримінальне право України: Особлива частина: підручник / Ю. В. Баулін, В. І. Борисов, В. І. Тютюгін та ін.; за ред. В. В. Сташиса, В. Я. Тація. – 4-те вид., переробл. і допов. – Харків: Право, 2010. – 608 с.

5. Кримінальне право. Особлива частина / О. С. Стеблинська. – Київ : Ін-т крим.-викон. служби, 2014. – 358 с.
6. Савченко А. В. Кримінальне право України. Загальна та Особлива частини (у схематичних діаграмах) : навч. посіб. / А. В. Савченко, Ю. Л. Шуляк. – Київ : Центр учбової л-ри, 2015. – 312 с.

АДМІНІСТРАТИВНІ ПОСЛУГИ: ЗАГАЛЬНІ ВІДОМОСТІ ТА ПРИНЦИПИ ОРГАНІЗАЦІЇ ІНТЕГРОВАНИХ ОФІСІВ ЇХ НАДАННЯ

***М. Ю. Глущенко**, студентка спеціальності Публічне управління та адміністрування, група ПА м-11*

***Г. Г. Новосьолова**, науковий керівник, асистент кафедри правознавства*

Вищий навчальний заклад Укооспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Одним із складників політики кожної з держав є комунікація органів державної влади з населенням щодо забезпечення певних соціальних стандартів у країні, а ключовим у даному напрямку є належне державне управління у сфері надання адміністративних послуг. Щодо важливості даного процесу зазначали, зокрема, А. Юрмач, В. Тимошук, адже надання адміністративних послуг – пріоритетний напрямок діяльності органів виконавчої влади, що потребує актуального переосмислення ролі, призначення держави в суспільстві і радикальних змін відносин між владою та громадянами – від суто розпорядницьких до обслуговуючих [1, с. 37]. При цьому таке управління у сфері надання адміністративних послуг є актуальним для нашої держави України, адже в рамках курсу євроінтеграції одним із завдань виступає залучення ефективних моделей надання адміністративних послуг враховуючи міжнародний досвід, запровадження функціонування процедур та стандартів, котрі є передумовою для поліпшення надання такого роду послуг. Прикладом цього слугує поліпшення системи надання адміністративних послуг завдяки методу діджиталізації, що, у свою чергу, сприяє зростанню довіри до влади.

Адміністративні послуги, їх класифікація, особливості, механізми надання були предметом дослідження науковців: В. С. Долечек, А. Г. Кравченко, І. Д. Пастух, В. П. Тимошук, В. К. Колпаков, І. Б. Коліушко, О. М. Буханевич, О. Загоруля, В. Занфіров, А. Кірмач, В. Кудря, І. Коліушко, Т. О. Паутова та інші.

Проте якісне надання адміністративних послуг по сьогодні залишається актуальним не лише на доктринальному рівні, а й на практичному, що підтверджує, наприклад, опитування Фонду «Демократичні ініціативи ім. Ілька Кучеріва» щодо оцінки якості надання адміністративних послуг, відповідно до якого 33 % респондентів надали задовільну оцінку, 12 % – добру, 32 % – незадовільну. Крім того, 11 % згадали про корупційну складову за надання адміністративних послуг з метою простішого та легшого вирішення проблем [2]. З метою досягнення протилежних результатів позитивного характеру необхідним є встановлення загальної характеристики надання адміністративних послуг та основоположних принципів цього процесу державного управління інтегрованими офісами.

Згідно зі ст. 1 Закону України «Про адміністративні послуги» (далі в тексті – Закон), адміністративна послуга визначається як результат здійснення владних повноважень суб'єктом надання адміністративних послуг за заявою фізичної або юридичної особи, спрямований на набуття, зміну чи припинення прав та/або обов'язків такої особи відповідно до закону [3]. Проте науковці передбачають наявність і інших тлумачень. Наприклад, Ю. Шаров розглядає як дію органу, його апарату із забезпечення інтересів і свобод фізичних, юридичних осіб у межах повноважень, визначених законами [4]. За Г. Писаренко, адміністративна послуга – це відносини правового характеру, виникнення яких обумовлене реалізацією прав фізичних/юридичних осіб задля очікуваного результату [5, с. 81].

Адміністративну послугу слід розцінювати як «державну (публічну) послугу», оскільки вона надається органами державної влади, місцевого самоврядування, іншими уповноваженими органами та пов'язана із реалізацією ними владних повноважень. Враховуючи зміст спеціалізованих нормативно-правових актів, Центр надання адміністративних послуг (далі у тексті – ЦНАП) – ключова структурна одиниця в системі надання адміністративних послуг, яка вважається аналогом інтегрованого офісу, зокрема як у Канаді [6], де інтегрованість офісу відповідає поняттю «надання всіх необхідних послуг людям» [7].

Таким чином, адміністративна послуга вважається видом державних послуг, що пропонується та надається уповноваженими органами у порядку та у межах їх повноважень визначених законом, враховуючи монополію на вчинення таких

послуг з боку органів. Крім того, послуга адміністративного характеру дає підстави говорити про виконання вищевказаними органами регулювальної функції через призму адміністративних методів – методів безпосереднього впливу. Зазначимо, що надання таких послуг слід відмежовувати від публічно-службової діяльності органів, які реалізують розпорядчо-виконавчі функції, від господарських відносин.

При цьому будь-яка діяльність, у тому числі у сфері надання адміністративних послуг особам, повинна здійснюватися на основоположних засадах. Підтвердженням цього слугує наявність у ст. 4 Закону закріпленого переліку принципів (10), на основі яких здійснюється державна політика у сфері надання адміністративних послуг.[3]

Закріплені Законом принципи у сфері надання адміністративних послуг та запропоновані у науковій площині варто розділяти на загальні (законності; рівності; відкритості та прозорості; оперативності та своєчасності; загальнодоступності правової й іншої необхідної інформації; неупередженості та справедливості; верховенства права; юридичної відповідальності суб'єктів публічної адміністрації та їх посадових осіб, свободи вибору, системності, доступності, єдності, централізації, зручності, своєчасності, юридичної відповідальності; захищеності персональних даних; результативності; плановості; системності тощо) та спеціальні (юридичної визначеності; якості надання публічних послуг; упровадження нових організаційних форм надання публічних послуг; моніторингу якості надання публічних послуг тощо).

Однак треба виділити і міжнародний досвід щодо основоположних свобод, як, наприклад, класифікацію основних європейських принципів адміністративного права у сфері взаємин органів публічної адміністрації з громадянами, де передбачений розподіл на: матеріальні принципи (захисту довіри до закону та законодавчо закріплених прав, відповідальності, законності, відповідності статутним цілям, пропорційності, об'єктивності та безсторонності; рівності перед законом,) і процесуальні (принцип доступу до публічних послуг, право на представництво та допомогу, розумності строків, пояснення причин та визначення засобів захисту прав і апеляцій, право бути почутим, виконання адміністративних рішень [7].

На нашу думку, у рамках національного законодавства доцільно виділяти принципи за критерієм на процесуальні та матеріальні, що дасть змогу чіткіше розуміти їх зміст, застосування, за умови їх оновлення під егідою Ради Європи та Європейського Союзу.

При цьому наявні в Законі принципи адміністративних послуг взаємопов'язані між собою, адже порушення одного надає можливість порушити інших. Наприклад, порушення рівності може посприяти порушенню своєчасності, оперативності. Окремо слід відзначити ключове місце принципу юридичної визначеності як елементу верховенства права, адже особи повинні мати законні очікування на процедуру надання адміністративної послуги і результат. Однак існування належно закріплених засад, визначення сутності адміністративної послуги нівелюється відсутністю визначення якості, а тому необхідно врахувати європейський досвід та запровадити диверсифіковану систему незалежної оцінки якості таких послуг, що, у свою чергу, уможливить виявлення реальної картини, статистики виконання того чи іншого принципу.

Отже, на підставі вищевикладеного зазначимо, що надання адміністративних послуг є одним із пріоритетних напрямків державної політики, якісне виконання якої повинно досягатися завдяки правильному розумінню сутності «адміністративна послуга» та послідовним застосуванням усієї системи принципів державної політики у даній сфері і кожного з них окремо, а також реформуванням наявної нормативної бази з урахуванням європейських стандартів, статистичних даних. Ключовим у виконанні даних принципів діджиталізації є введення системи незалежної оцінки якості адміністративних послуг і доведення до логічно-правового кінця діджиталізацію.

Список використаних інформаційних джерел

1. Тимошук В. П., Юрмач А. В. Оцінка якості адміністративних послуг. Київ : Факт, 2005. 88 с.
2. Оцінки населенням України якості надання адміністративних послуг. Фонд «Демократичні ініціативи ім. Ілька Кучеріва». URL: <http://dif.org.ua/ua/publications/press-relizy/nnihihui.htm> (дата звернення: 23.03.2019).
3. Про адміністративні послуги від 06.09.2012 року. № 5203-VI. Відомості Верховної Ради України. 2013. № 32. ст. 409. Дата оновлення:

- 21.03.2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5203-17#Text> (дата звернення: 24.03.2021).
4. Шаров Ю. П., Сухінін Д. В. Муніципальні послуги: шлях до високої якості : монографія. Мелітополь : Видавн. будинок ММД, 2008. 136 с.
 5. Писаренко Г. М. Запровадження доктрини адміністративних послуг в Україні. Митна справа. 2005. № 26. С. 80–83.
 6. Тимошук В. Досвід Канади в організації надання адміністративних послуг / В. Тимошук. URL: <http://fmd.kh.ua/administratyvni-poslugy/viktor-timoshhuk-dosvid-kanadi-v-organizatsiyi-nadannya-administrativnihposlug.html> (дата звернення: 24.03.2021).
 7. Як українці оцінюють якість адміністративних послуг: чи змінилася ситуація за нової влади: прес-конференція / Центр політико-правових реформ. URL: <http://news.ukrinform.net/ukr/news/2009532> (дата звернення: 24.03.2021).
 8. Шереметьєва Л. А., Беца І. І. Концептуальні підходи, типи та види державних послуг в Європейському Союзі та в Україні: порівняльний аналіз. URL: <http://academy.gov.ua/ej/ej12/txts/10slaupa.pdf> (дата звернення: 24.03.2021).

ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЛІЦЕНЗУВАННЯ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

В. І. Іващенко, студентка спеціальності *Право, група ПР 6-31.*
О. С. Дудченко, науковий керівник, к. ю. н., доцент кафедри *правознавства*
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

У доктрині господарського права виокремилися різні підходи до визначення «ліцензування господарської діяльності». Як зазначає Е. Е. Бекірова, дане поняття слід розглядати у декількох аспектах:

1) як елемент легітимзації суб'єктів господарювання, що полягає в «узаконенні» господарської діяльності шляхом отримання ліцензії на її провадження;

2) як реальну можливість втручання держави у діяльність суб'єктів господарювання, що має на меті запобігання незаконному веденню господарської діяльності, захисту прав споживачів тощо;

3) як умову провадження окремих видів діяльності, що полягає в ліцензуванні господарської діяльності, здійснення якої потребує певної професійної підготовки суб'єкта;

4) як підставу виникнення права на здійснення видів господарської діяльності [3, с. 7].

Загальна процедура ліцензування господарської діяльності, як і перелік видів діяльності, що підлягають ліцензуванню, закріплені у Законі України «Про ліцензування видів господарської діяльності» № 222-VIII від 02.03.2015 р. [1].

Л. Микитенко поділяє види господарської діяльності на три групи:

1) види діяльності, на які поширюються лише вимоги, закріплені у Законі про ліцензування;

2) види діяльності, ліцензування яких здійснюється відповідно до норм Закону України «Про ліцензування видів господарської діяльності» № 222-VIII від 02.03.2015 р., але з урахування особливостей, що визначаються спеціальними законами;

3) види діяльності, порядок ліцензування яких здійснюється на підставі спеціального законодавства [4, с. 86].

Для отримання ліцензії суб'єкт господарювання звертається до органу ліцензування із заявою про отримання ліцензії, яка повинна містити інформацію про:

1) здобувача ліцензії, що має свою специфіку як для юридичних, так і фізичних осіб-підприємців;

2) вид господарської діяльності, передбачений у ст. 7 Закону «Про ліцензування видів господарської діяльності» № 222-VIII від 02.03.2015 р.

До заяви про отримання ліцензії суб'єкт додає документи, закріплені у ліцензійних умовах; копію паспорту; реєстраційний номер облікової картки платника податків. У разі, якщо документи подаються в паперовій формі, суб'єкт господарювання має подати опис даних документів.

Н. В. Никитченко зауважує, що ліцензування виробництва та торгівлі лікарськими засобами спрямоване на встановлення додаткових правових гарантій забезпечення безпеки та якості лікарських засобів, за правилами Належної виробничої практики, відповідно до Директив ЄС і рекомендацій ВООЗ [5, с. 91].

Для отримання ліцензії на провадження фармацевтичної діяльності суб'єкт господарювання подає заяву і відповідні підтвердні документи органу ліцензування. Видачу, переоформлення, зупинення дії ліцензії та її анулювання у сфері фармацевтичної діяльності здійснює Державна служба України з лікарських засобів та контролю за наркотиками (далі – Держ-

лікслужба). Здобувач ліцензії додає до заяви та документів два примірники опису документів, на яких посадова особа органу ліцензування проставляє дату отримання і засвідчує своїм підписом, зазначаючи прізвище, ініціали та посаду. Держлікслужба не пізніше десяти днів з дня отримання заяви приймає рішення про видачу ліцензії.

Суб'єкт ліцензування, який має намір здійснювати господарську діяльність з виробництва та ремонту вогнепальної зброї невійськового призначення подає за загальним порядком заяву та документи до Міністерства внутрішніх справ України або відповідного територіального органу міністерства.

Підтвердними документами здобувача ліцензії відповідно до п. Ліцензійних умов є:

1) копія документа, що підтверджує право власності або оренди на приміщення, що буде використовуватися для провадження суб'єктом господарювання виду господарської діяльності;

2) копія дозволу на відкриття об'єкта дозвільної системи;

3) документація зі стандартизації на кожен вид продукції, що буде вироблятися;

4) копія медичної довідки про відсутність у керівника здобувача ліцензії та працівників медичних протипоказань щодо виконання даного виду діяльності, володіння зброєю;

5) копія довідки про вивчення керівником та працівниками правил поведінки зі зброєю;

6) копія паспорту керівника здобувача ліцензії;

7) опис документів, що додаються до заяви [2].

Ліцензування у сфері виготовлення та ремонту зброї невійськового призначення здійснюється Міністерством внутрішніх справ України або відповідними територіальними органами на підставі норм Закону про ліцензування та Ліцензійних умов. Даний вид діяльності потребує ретельного контролю з боку держави, адже незаконний обіг зброї серед населення може призвести до підвищення рівня злочинності, стати загрозою для громадського порядку та безпеки.

Список використаних інформаційних джерел

1. Про ліцензування видів господарської діяльності : Закон України № 222-VIII від 2 лютого 2015 р. // Відомості Верховної Ради України. – 2015. – № 23. – Ст. 158.

2. Про затвердження Ліцензійних умов провадження господарської діяльності з виробництва та ремонту вогнепальної зброї невійськового призначення і боєприпасів до неї, холодної зброї, пневматичної зброї калібру понад 4,5 міліметра і швидкістю польоту кулі понад 100 метрів на секунду, торгівлі вогнепальною зброєю невійськового призначення та боєприпасами до неї, холодною зброєю, пневматичною зброєю калібру понад 4,5 міліметра і швидкістю польоту кулі понад 100 метрів на секунду; виробництва спеціальних засобів, заряджених речовинами сльозоточивої та дратівної дії, індивідуального захисту, активної оборони та їх продажу [Електронний ресурс]: Постанова Кабінету Міністрів України від 2 грудня 2015 р. № 1000, станом на 10 вересня 2020 р. / Україна. Кабінет Міністрів України. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1000-2015-%D0%BF#n8>. – Назва з екрана.
3. Бекірова Е. Е. Правове регулювання ліцензування певних видів господарської діяльності : автореф. дис. ... канд. юрид. наук: спец. 12.00.04 «Господарське право; господарсько-процесуальне право» / Е. Е. Бекірова. – Донецьк, 2006.
4. Микитенко Л. Зупинення дії ліцензії на провадження господарської діяльності / Л. Микитенко // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. – 2018. – № 2. – С. 82–90.
5. Никитченко Н. В. Правове регулювання видачі ліцензій у сфері обігу лікарських засобів / Н. В. Никитченко, Ю. А. Будник // Розвиток медичного права України в контексті євроінтеграційних та глобалізаційних процесів : матер. III Всеукр. наук.-практ. конф. з міжнародною участю, 12 грудня 2018 р. / Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, ННЦ мед. права юридичного факультету [та ін.]. – Київ, 2018. – С. 92–94.

ОКРЕМІ АСПЕКТИ УДОСКОНАЛЕННЯ ЗАКОНОДАВСТВА ПРО ЗАХИСТ ЕКОНОМІЧНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ

*І О. Кавун, студентка спеціальності Право, група ПРб-31
Г. В. Терела, науковий керівник, к. і. н., доцент кафедри
правознавства
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

Конкуренція як боротьба господарюючих суб'єктів між собою є прогресивним явищем, що обґрунтовується наявністю суперництва, яке, у свою чергу, свідчить про прагнення виробників різного роду послуг, товарів і робіт підвищувати якісні та інші параметри своєї продукції, забезпечувати поступальний розвиток виробництва.

На захист конкуренції розроблено досить чимало як законодавчих, так і підзаконних нормативно-правових актів, які, зокрема, визначають підставу відповідальності за порушення у зазначеній сфері суспільних відносин. Проте саме поняття порушення законодавства про захист економічної конкуренції не має законодавчої дефініції та не знайшло однозначного трактування у юридичній доктрині. На нашу думку, такий термін необхідно розуміти як недотримання приписів нормативних актів конкурентного законодавства шляхом вчинення протиправних, тобто заборонених законом дій суб'єктами господарювання, що спрямовані на перешкодження діяльності іншим суб'єктам господарювання й усунення їх від конкуренції. Сутність порушення конкурентного законодавства полягає у бажанні учасників ринку підвищити прибуток й збільшити власну частку ринку. Безперечно, метою таких дій є обмеження, недопущення, усунення, або ж спотворення конкуренції.

На законодавчому рівні закріплено двадцять видів порушень конкурентного законодавства. Найбільшого поширення у фаховій літературі набув поділ порушень на такі основні групи, як: зловживання домінуючим становищем на ринку; антиконкурентні узгоджені дії; дії антиконкурентного характеру органів адміністративно-господарського контролю та управління, органів влади та органів місцевого самоврядування [3, с. 11].

Удосконалення конкурентного законодавства має важливе значення, оскільки спрямоване на стає економічне зростання та підвищення добробуту населення. З-поміж різних точок зору науковців щодо способів та напрямів правового забезпечення конкурентного середовища, на нашу думку, найдоречнішими є:

- у Господарському кодексі України (далі – ГК України) закріпити загальну заборону на зловживання монопольним (домінуючим) становищем, а в спеціальному законодавстві конкретизувати перелік окремих заборон [5, с. 111];

- усунути розбіжності у понятті «конкуренція», яке міститься у ГК України та спеціальному Законі України «Про захист економічної конкуренції» [4, с. 61];

- законодавчо закріпити загальне поняття «порушення законодавства про захист економічної конкуренції»;

- визначити на законодавчому рівні форму вини за кожен вид правопорушення конкурентного законодавства [2, с. 15];

- систематизувати законодавство про захист економічної конкуренції шляхом його кодифікації [1];
- закріпити перелік обставин, що пом'якшують або обтяжують відповідальність за вчинення антиконкурентних узгоджених дій [6, с. 71].

Список використаних інформаційних джерел

1. Про схвалення Концепції Конкурентного процесуального кодексу України [Електронний ресурс] : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 18 березня 2002 р. № 145-р. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/145-2002-%D1%80#Text>. – Назва з екрана.
2. Бобонич Є. Ф. Звільнення від відповідальності за порушення законодавства України про захист економічної конкуренції / Є. Ф. Бобонич // Журнал східноєвропейського права. – 2015. – № 11. – С. 11–15.
3. Господарське право України : підручник : у 2 ч. / [О. Б. Андрєєва, О. П. Гетманець, І. І. Гришина та ін.]. – Харків : Харк. нац. ун-т внутр. справ, 2014. – 367 с.
4. Грудницький В. М. Гармонізація національного законодавства про зловживання монополією (домінуючим) становищем із правом Європейського Союзу / В. М. Грудницький // Підприємництво, господарство і право. – 2017. – № 4. – С. 59–63.
5. Грудницький В. М. Удосконалення законодавства щодо поняття та видів зловживання монополією (домінуючим) становищем / В. М. Грудницький // Форум права. – 2014. – № 4. – С. 107–112.
6. Швидка Т. І. Визначення складу антиконкурентних узгоджених дій у формі спотворення результатів тендерів як виду конкурентних правопорушень / Т. Швидка // Підприємництво, господарство і право: науково-практичний господарсько-правовий журнал. – 2018. – № 7. – С. 70–74.

ПОВНОВАЖЕННЯ ДЕПУТАТА МІСЦЕВОЇ РАДИ

В. В. Потерайло, студент спеціальності Публічне управління та адміністрування, група ПА м-11

Г. Г. Новосьолова, науковий керівник, д. держ. упр., ст. викладач кафедри правознавства

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Ключовим елементом реформи місцевого самоврядування в Україні, розпочатої в 2014 році для виконання Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом (ЄС) від

27.04.2014 року, яка містить приписи Європейської хартії місцевого самоврядування з приводу стандартів організації управління на місцевому рівні, є формування ефективних, здатних об'єднаних територіальних громад. Саме голова, депутати і старости представляють інтереси громадян відповідної територіальної громади.

Місцева рада займає пріоритетне місце у вітчизняній системі місцевого самоврядування, а їх роль забезпечується депутатами, які обираються безпосередньо територіальною громадою на основі загального, рівного, прямого виборчого права шляхом таємного голосування. При цьому слід зазначити, що професіоналізм реалізації повноважень депутатами місцевих рад має значний вплив на якість прийнятих рішень місцевої ради, місцевої політики уцілому.

Питання депутатських повноважень, їх діяльності досліджували багато вчених, зокрема Т. Дерун, І. Заверуха, О. Бориславська, О. Дурман, О. Радченко, А. Надежденко та інші, але в умовах євроінтеграційних процесів щодо відповідності стандартам воно потребує актуалізації.

За положеннями ст. 2 ЗУ «Про статус депутатів місцевих рад» (далі в тексті – Закон) [1], депутат сільської, селищної, міської, районної у місті, районної, обласної ради є представником інтересів територіальної громади села, селища, міста чи їх громад, який відповідно до Конституції України і закону про місцеві вибори обирається на основі загального, рівного, прямого виборчого права шляхом таємного голосування на строк, встановлений Конституцією України [2]. Відповідно до ч. 2 ст. 2 Закону депутат місцевої ради зобов'язаний виражати і захищати інтереси відповідної територіальної громади та її частини – виборців свого виборчого округу, виконувати їх доручення в межах своїх повноважень, наданих законом, брати активну участь у здійсненні місцевого самоврядування. Доволі аналогічна норма закріплена у ч. 2 ст. 49 ЗУ «Про місцеве самоврядування в Україні», де депутат представляє інтереси всієї територіальної громади, має всю повноту прав, що забезпечують його активну участь у діяльності ради та утворюваних нею органів, несе обов'язки перед виборцями, радою та її органами, виконує їх доручення [3].

Необхідною умовою виконання депутатом покладених на нього завдань є наявність закріпленого правового статусу депу-

тата місцевої ради, що визначається як взаємопов'язана структура узгоджених між собою елементів, закріплених на законодавчому рівні, які визначають інститут депутата місцевої ради як представника відповідної територіальної громади. Як зазначав О. Дурман, до таких елементів слід відносити: права й обов'язки (які у сукупності становлять повноваження), відповідальність, гарантії діяльності, порядок виникнення, припинення повноважень депутата місцевої ради [4].

Так, повноваження депутата місцевої ради передбачені у Законі, системно проаналізувавши які, слід поділяти за сферою спрямування на:

- повноваження (права й обов'язки) в межах виборчого округу – глава 1 та глава 2 розділу II Закону, що передбачає форми реалізації даних повноважень);

- повноваження (права й обов'язки) у раді та її органах – глава 1, 2 розділу III Закону [1].

Що стосується прав, то Закон побудований таким чином, що вони можуть мати прямий характер (пряма вказівка у Законі) – «депутат має право», або опосередкований – «органи і посадові особи зобов'язані перед депутатом». Наприклад, згідно з ч. 4 ст. 12 Закону, місцеві органи виконавчої влади, органи місцевого самоврядування, підприємства, установи, організації державної і комунальної форм власності, їх посадові особи зобов'язані сприяти депутатові місцевої ради в організації прийому громадян, розгляді їх пропозицій, заяв, скарг, у створенні інших необхідних для його депутатської діяльності умов [1].

Проте переважна більшість депутатів не користується суб'єктивними правами через декілька причин, серед яких головною є юридична необізнаність. Це, зокрема, вбачається використанням права лише на як депутатське звернення, запит, не враховуючи інші правові можливості, важелі впливу на підприємства, установи, організації. З огляду на складену ситуацію, корисним є врахувати досвід Великої Британії, де здійснюється оцінка ефективності діяльності депутата, беручи до уваги: розробку, прийняття, виконання місцевих законів, розробку пропозицій, що відповідають інтересам громади, побудову чи зміцнення інфраструктури громади тощо [7]. Наразі ж Україна має дещо схожий механізм оцінки ефективності, але щодо державних службовців відповідно до Порядку проведення оцінювання результатів службової діяльності державних службовців [8].

Окремо слід зазначити, що закріплені на рівні закону повноваження, за умови недостатньої чіткості та з метою повноцінної їх реалізації, можуть бути деталізовані, як і їх спосіб реалізації, шляхом відповідного зазначення положень у статуті територіальної громади чи регламенту ради. Це, у свою чергу, дозволить уникнути правових питань, суперечок та сприятиме виконанню завдання інституту депутата місцевої ради.

Одним із ключових елементів реалізації повноважень депутата місцевої ради є його гарантії. Гарантіями загального характеру є правовий, демократичний, конституційне закріплення народовладдя, соціальний характер української держави, гласності, рівності, ідеологічного та політичного плюралізму, закріплення і гарантування місцевого самоврядування, відповідний рівень інформаційного розвитку, культури, у тому числі правової, рівня освіти [5]. Спеціальні гарантії діяльності депутатів місцевих рад обумовлені Конституцією України [2], ЗУ «Про місцеве самоврядування в Україні» [3], ЗУ «Про статус депутатів місцевих рад» [1], іншими законодавчими актами (наприклад ст. 251 Кримінальним кодексом України – перешкоджання діяльності народного депутата України та депутата місцевої ради) [6]

Отже, повноваження депутата місцевої ради є складовою правового статусу, який, у свою чергу, передбачений на законодавчому рівні низкою норм прямого й опосередкованого характеру та може бути деталізований на місцевому через статuti територіальної громади, регламенти рад. Належна ж реалізація повноважень депутатами місцевих рад визначає та впливає на політику місцевого рівня, а тому в умовах децентралізації це є актуальним. При цьому необхідним є врахувати європейський досвід, зокрема Великої Британії, яка визначає критерії ефективності діяльності депутата, задля сформування якісного інституту депутата місцевої ради, що у свою чергу сприятиме формуванню обізнаності народу щодо того чи іншого депутата. Крім того, невід’ємною складовою реалізації повноважень депутата місцевої ради є присутність дієвих механізмів забезпечення гарантіями депутатську діяльність.

Список використаних інформаційних джерел

1. Про статус депутатів місцевих рад від 11.07.2002 року. № 93-IV. Відомості Верховної Ради України. 2002. № 40. ст. 290. Дата онов-

- лення: 11.09.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/93-15#Text> (дата звернення: 20.03.2021).
2. Конституція України від 28.06.1996 року. № 254к/96-ВР. Відомості Верховної Ради України. 1996. № 30. ст. 141. Дата оновлення: 21.02.2019. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 20.03.2021).
 3. Про місцеве самоврядування від 21.05.1997 року. № 280/97-ВР. Відомості Верховної Ради України. 1997. № 24. ст. 170. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/280/97-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 20.03.2021).
 4. Вчені записки Таврійського Національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Державне управління. Том 30 (69). – № 6. – 2019. С. 125.
 5. Що має знати депутат місцевої ради. – Київ : 2010. – Кн. 1. – 116 с.
 6. Кримінальний кодекс України від 05.04.2001 року. № 2341-III. Відомості Верховної Ради України. 2001. № 25-26. ст. 131. Дата оновлення: 17.03.2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2341-14#Text> (дата звернення: 21.03.2021).
 7. Бориславська О. М., Заверуха І. Б., Школик А. М. та ін. Децентралізація публічної влади: досвід європейських країн та перспективи України. Центр політико-правових реформ. Київ, 2012. – 212 с.
 8. Про затвердження Порядку проведення оцінювання результатів службової діяльності державних службовців. Постанова Кабінету Міністрів України від 23.08.2017 р. № 640. Дата оновлення: 22.12.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/640-2017-%D0%BF#Text> (дата звернення: 22.03.2021).

ПРАВОВЕ ВИХОВАННЯ: СУТНІСТЬ І ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Д. В. Ярмолаєва, студентка спеціальності Право, група ПРБ-11
С. О. Гладкий, науковий керівник, д. ю. н., професор кафедри
правознавства
*Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський універси-
тет економіки і торгівлі»*

Головним завданням правового виховання є формування й удосконалення в обраному напрямі правової свідомості індивідів і соціальних груп, закріплення суспільно прийнятних форм правової поведінки суб'єктів. Українське суспільство вражене правовим нігілізмом та іншими явищами, які руйнують правову культуру та унеможливають побудову правової держави. Тому правове виховання – це надзвичайно важлива сфера суспільного життя й умова виживання нації.

Розробка проблематики правового виховання представлена в працях таких авторів, як А. Д. Машков, В. А. Тацій, А. П. Гетьман, Д. О. Мальцев, В. Ю. Швачка та ін. Проте реалії правового життя і практика правового виховання актуалізують нові теоретичні проблеми і пізнавальні завдання або ж спонукають до пошуку нових шляхів і способів їх вирішення. Відтак теоретичне осмислення сутності, різновидів, засобів і тенденцій розвитку правового виховання в сучасних умовах є актуальним завданням загальної теорії права.

Правове виховання – це складний, безперервний і різноманітний процес, спрямований на вирішення багатьох завдань, головними серед яких є формування правої культури особи, розвиток громадянської свідомості і почуття соціальної відповідальності, прищеплення учасникам суспільних відносин поваги до прав і свобод людини та інших правових цінностей, зміцнення законності і правопорядку в суспільстві [1, с. 12].

Важливість цих завдань важко переоцінити, адже сьогодні українське суспільство потребує модернізації політичної, правової, соціальної та інших сфер свого життя, його перебудови за європейськими стандартами. Фактично це означає, що українці мають стати іншими, викорінити в собі психологічні риси, в яких віддзеркалюється тоталітарне минуле суспільства. Система освіти, державні органи, засоби масової інформації та інші інституції громадянського суспільства повинні злагоджено працювати над подоланням глибоко вкорінених у суспільну правосвідомість деформацій і негативних ментальних рис.

Як видається, заклади освіти спроможні вирішувати правовиховні завдання найбільш комплексно й ефективно. Це зумовлено наявністю в них необхідних кадрових та інших ресурсів, що відповідають вимогам часу. В освітньому процесі можна реалізувати найрізноманітніші форми впливу на правову свідомість студентської молоді: безпосереднє вивчення юридичних дисциплін; участь здобувачів освіти в гуртках, клубах, дослідницьких групах, різноманітних позааудиторних заходах, організатори яких зосереджені на вирішенні проблем правового характеру; врахування правовиховних завдань в процесі організації заходів, які безпосередньо не пов'язані з правовою освітою. Звичайно, не повинні залишитися поза увагою й соціальні мережі, вплив яких на масову свідомість невпинно зростає.

Очевидно, що правове виховання молоді, підвищення рівня її правової культури вимагає, по-перше, виявлення й дослідження чинників, які позитивно та негативно впливають на формування її ставлення до права і правових явищ; по-друге, проведення роботи з посилення впливу на формування позитивних орієнтацій молоді й активізації боротьби з чинниками, які негативно впливають на правосвідомість.

Дуже важливою умовою ефективності правового виховання ми вважаємо залучення до цієї роботи самих студентів (наприклад, старшокурсників). У країні є майбутнє лише тоді, коли молоді люди будуть переконані, що разом зі старшими поколіннями несуть за це майбутнє відповідальність.

Таким чином, проблема правового виховання постала в сучасній Україні досить гостро. Традиційні форми правового виховання не виявляють достатньої ефективності. Слід шукати нові шляхи і засоби впливу на свідомість молодих громадян, залучаючи їх самих до цієї роботи.

Список використаних інформаційних джерел

1. Правове виховання в сучасній Україні : монографія / А. П. Гетьман, Л. М. Герасіна, О. Г. Данильян та ін.; за ред. В. Я. Тація, А. П. Гетьмана, О. Г. Данильяна. Харків : Право, 2010. 368 с.

СЕКЦІЯ 4. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ КОМУНІКАТИВНОЇ ТА ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ: МОВНИЙ І СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ АСПЕКТИ

MODERN YOUTH BRITISH SLANG

А. О. Алексахенко, студентка спеціальності Філологія, група ФІЛ 6-11

А. М. Кришталь, науковий керівник, викладач кафедри ділової іноземної мови

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Slang, in other words, jargon is a series of words and expressions that originated in separate group of people. Even within one city slang varies from area to district. Slang is a kind of spoken language, which society estimates as an underlined informal and it is characterized by a dynamic replacement of lexical structure. It is also a formation that can easily appear and disappear. In addition, it reflects the cultural and historical background of each era and as a rule is quite clear only to people living in this era.

Objectives. The main objectives of this research are:

- to understand what is «slang»;
- to find out where it appeared;
- to give examples of key slang phrases that teenagers use in their communication with each other.

Slang is a type of language used by a particular group of people – teenagers – or by people in a particular occupation – members of the army. It can act as a kind of code: using slang creates a sense of identity or belonging among members of the group and effectively excludes outsiders. It's better to avoid using this sort of language in general contexts as people outside the group in question may not understand it, or may well interpret it wrongly. Slang terms are often very short-lived: most of them will never become well established. But some do pass into standard English in time.

Linguists have no simple and clear definition of slang, but agree that it is a constantly changing linguistic phenomenon present in every subculture worldwide.

British slang has been used in Great Britain since the 16th century. Slang is an informal language, sometimes specific to a

particular social class or group. British slang has been the subject of many scholarly works, including seven dictionaries published in 1889. Eric Partridge has published several works on British slang, including the Dictionary of Slang and Unconventional English, reviewed and edited by Paul Bill.

Arsey – used to describe a poor mood; sulky; irritable.

Banging – a descriptor of positive connotation; fantastic.

TBH – this one means «to be honest». You use it when giving an honest opinion about something.

Wig – is a phrase used to refer to something that is amazing.

Bet – is a word that has many uses. It can be used in lieu of the word «OK» or «YES», but it can also be used as a response when someone challenges you, instead of saying «watch» or «we'll see».

Lewk – is a variation of «look», a signature physical trait, or a specially and carefully constructed outfit or appearance

Salty – to be «salty» is to be annoyed, upset, or bitter, usually about something minor.

Stan – can be a noun for an overzealous and obsessive fan, and a verb meaning to be that kind of fan.

Sksksksk – this phrase is also very versatile, but is mostly a filler expression of excitement, used when people do not know what else to say, or how to transition into a new phrase.

Simp – is mostly used to describe people (generally those who identify as male) who are willing to do anything to get somebody to fall in love with them.

Looking at the modern youth, we can say that in the era of new technologies and gadgets, slang is developing and not always in favor. According to the researches, the more we learn the language of communication among teenagers, the more chances we have to understand and help them.

THE BEAUTY MYTH

A. О. Алексеюк, студентка спеціальності «Міжнародні економічні відносини», група МЕВ МБ 6-31

В. Л. Іщенко, науковий керівник, к. філол. н., доцент кафедри ділової іноземної мови,

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

As once Naomi Wolf said in her famous book «The Beauty Myth»: «There is no legitimate historical or biological justification for the beauty myth; what it is doing to women today is a result of

nothing more exalted than the need of today's power structure, economy, and culture to mount a counter offensive against women». And actually, if person starts thinking about it, the huge amount of resources is really spends on products of beauty industry and most by women. In this article are considered some of the parts of this book, namely: work, culture and hunger, problems mentioned in it, but with the data for the last 5 years.

The first part: work. According to the book, the appearance of women and their gender in general impact a lot at applying process and after it. First problem is the capability to become employed. According to the World Employment and Social Outlook, in 2019 there were only 47 % of women in labor force participation. Comparably, the rate of men was 74 %. The regions, in which female labor underutilization is very pronounced, are North Africa and the Arab States. The other fact about women's employment is that according to the LinkedIn survey, women statistically are applying for a job only when they 100 % fit the requirements. Next problem is connected with the unequal pay for the same work for women and men. Unfortunately, this problem is still very common. According to the report of the US Census Bureau, in country still exists discrimination in payment by gender, especially, wide wage is in sales and finance positions although in this field women are 45-55% of workers. In general, the ratio of the female and male earnings in the USA in 2019 is 82.3 % (women earn 82.3 cents of each dollar earned by men). The best situation for the difference in salaries between men and women is in Colombia (4 %), Belgium (4.2 %), Greece (4.5 %) and Norway (5 %). In Ukraine, according to the State Statistics Committee of Ukraine, there is a significant gap in the salaries of men and women. The average salary of women in the IV quarter of 2020 was at the level of UAH 11,558. The third problem, that is mentioned in the book and which will be considered in our time, is harassment at workplace. According to the EEOC (Equal Employment Opportunity Commission), sexual harassment is unwelcome sexual advances, requests for sexual favors, and other verbal or physical conduct of a sexual nature. Also, this source reports, that for the ending of 2018 over 7,500 sexual harassment claims were filed (a 14 % more, than in 2017).

The second part: culture. Every day in their lives women face a lot of beauty standards from every billboard, on each channel, in their social media. The beauty industry now it is more than morning routine, it is a billion-dollar business, which often just makes profit. According to statistics, in the United States in 2019 the sector spent approximately 36.5 billion U.S. dollars on advertising. The revenue of the U.S. cosmetic industry estimated to amount to about 49.2 billion U.S. dollars in 2019. The bad thing in it is the amount of harmful products that can damage women's health. Some of beauty and personal care products contain chemicals that trigger skin problems such as rashes, redness, acne, and other symptoms of contact dermatitis. But the beauty industry has another tools, that women use in trying to fit the beauty standards. To compare, according to the International Society of Aesthetic Plastic Surgery report, in 2019 women made 9,833,208 (86.5 % of clients) total surgical and 11,876,473 nonsurgical (87.2 %) procedures and men made 1,530,361 (13.5%) total surgical and 1,742,263 (12.8%) nonsurgical operations. As of 2019, the United States had the largest number of cosmetic procedures with over 3.9 million procedures. One of the most incomprehensible phenomena of gender culture is pink tax. Pink tax is a price discrepancy that calls out products and services marketed to women that cost more than identical or nearly identical versions marketed to men. The pink tax is not an actual tax. When a company sells a pink product for more than a blue product, or the female version for more than the male version, whatever its color, the additional revenue from the pink product does not go to the government (from Investopedia). NYC's report found women faced an average price difference of 13 percent for personal care products among the 122 products compared in the study.

The third part: hunger. This topic is, actually, the continuation of the beauty standards, but it is better to consider it separately. Nowadays is gaining popularity the problem of eating disorder. First of all, eating disorder is very connected with body image (how people see themselves). Negative body image refers to an unrealistic view of how someone sees their body and mostly, as ED it more common among women. Types of eating disorders include: anorexia

nervosa, binge eating, bulimia nervosa (the most common). In accordance to the American Journal of Clinical Nutrition, 2019, global eating disorder prevalence increased from 3.4 % to 7.8 % between 2000 and 2018. It is very important to understand that it is not only physical, but also mental illness. There are 32–39 % of people with anorexia nervosa, 36–50 % of people with bulimia nervosa, and 33 % of people with binge eating disorder are also diagnosed with major depressive disorder and 48–51 % of people with anorexia nervosa, 54–81 % of people with bulimia nervosa, and 55–65 % of people with binge eating disorder are also diagnosed with anxiety disorder.

This article has considered such existed problems which are related to women and as: female labor force participation, discrimination in payment, sexual harassment, influence and possible harmful effects of beauty industry (namely cosmetics and surgery), pink and tampon tax and eating disorder. Despite some the positive tendency, that is being followed in our days, especially compared with ages, when «The Beauty Myth» was written, a lot of problem are still exist and sometimes progress can be reduced.

DEUTSCHE WIRTSCHAFT IN DER CORONA-ZEIT

A. Aleksijuk, Studentin der Fachrichtung «Internationale Wirtschaft», Gruppe ME-32

O. I. Kobzar, wissenschaftliche Betreuerin, Professorin des Lehrstuhles für Businessfremdsprachen, Dr. Phil
Die Hochlehranstalt von Ukoopsilka «Poltawaer Universität für Wirtschaft und Handel»

Das Coronavirus hat starke Auswirkungen auf die Wirtschaften aller Länder. Viele Unternehmen wurden deswegen geschlossen oder haben schwere Verluste, besonders war es ein groß Streik gegen kleine Geschäfte. Die Corona-Pandemie hat alles beeinflusst und verändert: gewöhnliche Arbeitsweise, normales Studium und Lernen, ganz menschliches Leben und besonders Wirtschaft. In gemeinsam, hat deutsche BIP im Jahr 2020 gegenüber dem 2019 um 5 Prozenten gesunken. Im ersten Vierteljahr 2020 ist das Bruttoinlandsprodukt um 2,2 Prozent gefallen und im zweiten war es um 10,1 Prozent gegenüber ersten Vierteljahr gesunken. Das war, nach der Meinung

des Statistischen Bundesamts, der stärkste Rückgang seit Beginn der vierteljährlichen BIP-Berechnungen (1970) [1]. Die deutsche Wirtschaft hat im dritten Vierteljahr des Jahres zwar wieder vom Corona-Absturz erholen. Bruttoinlandsprodukt (BIP) ist um 8,2 Prozent erhöht. Das preis-, saison- und kalenderbereinigte BIP ist im 4. Vierteljahr 2020 gegenüber dem Vorquartal um 0,3 Prozent gestiegen [2].

Bei einer Umfrage des DIHK (Deutscher Industrie- und Handelskammertag e. V.) nur 13 Prozenten von den befragten Unternehmen beschwerdeten sich auf negativen Auswirkungen nicht und weniger 6 Prozent haben sogar steigende Nachfrage nach Waren/Dienstleistungen gezeigt. Meistens haben weniger Nachfragen nach Produkten und Dienstleistungen (51 Prozent). An zweiter Stelle ist Stornierung von Aufträgen (29 Prozent) und an dritter Stelle ist Stillstand der geschäftlichen Tätigkeit (26 Prozent). Andere Auswirkungen sind Ausfälle durch fehlende Mitarbeiter (24 Prozent), Logistische Engpässe (14 Prozent), Fehlende Waren und Dienstleistungen (12 Prozent) sowie Unterbrochene Absatzwege (12 Prozent) [3].

Laut einer Befragung des Digital Verbands Bitkom von Dezember 2020 arbeiten 25 Prozent der Fachkräfte ausschließlich von zu Hause aus, und 20 Prozent zumindest an manchen Tagen.

Von einer Krise ist auch die Mobilitätsbranche nicht verschont, besonders deutsche Flughafen. Der Flughafen in Frankfurt am Main zählte 2020 so wenige Reisende wie zuletzt 1984 [4]. Am März 2020 war es 2,124,005 Passagiere und am April 2020 war es schon nur 188,078. Aufgrund der Corona-Krise ist der Flugbetrieb am Frankfurter Airport stark eingeschränkt. Der Flughafen Frankfurt (Frankfurt Airport) ist eines der weltweit bedeutendsten Luftfahrt Drehkreuze und wird vom Staatsunternehmen Fraport AG betrieben [5].

Einiges Verkehrsmittel in der Mobilitätsbranche, das von einer Krise verschont wurde, ist Fahrrad. Laut Bundesverkehrsministerium fuhr ein Viertel der Menschen im Juni und Juli 2020 mehr Rad als im Vorjahreszeitraum. [4] Laut die Statistik ist im Jahr 2020 der Bestand an Fahrrädern in Deutschland mit rund 79,1 Millionen so hoch wie nie zuvor [6].

Und das ist nicht eigene Beispiel. Volkswagen, das größte Unternehmen in Deutschland, hat die Corona-Krise bei Umsatz und Ergebnis voll zu spüren bekommen. Im ersten Halbjahr war ein Verlust 1,4 Milliarden Euro, wie der Dax-Konzern in Wolfsburg mitteilte [7]. Obwohl der Umsatz des Volkswagen Konzerns im

Geschäftsjahr 2020 gesunken ist, mit 222,9 Milliarden Euro Umsatz sicherte sich der Autobauer zudem einen Platz in der Rangliste der reichsten Unternehmen weltweit [8].

Im Gegenteil, der Internethandel hat im Jahr 2020 wesentlich gestiegen. Verschiedene Geschäfte waren wegen der Pandemie zeitweise geschlossen und Menschen mussten meistens im Internet kaufen. Zum Beispiel, deutscher Mode Versandhändler Zalando hat die Aktie Rekordhoch erreicht. Während des Ausbruchs der Coronavirus-Pandemie und der damit verbundenen Einschränkungen im Februar 2020 wurden die monatlichen Downloadraten der Plattform Zalando in Deutschland sehr hoch. Der Spitzenwert im Juni 2020 erreichte fast 250.000 Downloads auf Android-Geräten. Der Tiefpunkt lag im März 2020 bei 73.315 Downloads [9].

Obwohl die Pandemie die deutsche Wirtschaft erschüttert hat, hat das Land Schritte unternommen, um den betroffenen Unternehmen zu helfen. Die Krediten, Rekapitalisierungen, Bürgschaften und Zuschüssen wären als ein Hilfsprogramm, welche die deutsche Bundesregierung gestartet haben, um deutschen Wirtschaft zu unterstützen. Das ist das größte Hilfspaket in der Geschichte der Bundesrepublik. Stand 26.01.2021 gibt es 46,8 Milliarden Euro für Krediten; 20,1 Milliarden Euro für Zuschüssen; 7,1 Milliarden Euro für Rekapitalisierungen und 4,3 Milliarden Euro für Rekapitalisierungen und Garantien [10].

Die Überbrückungshilfe ist für kleine und mittelständische Unternehmen gedacht, die deutsche Wirtschaft bilden. Überbrückungshilfe fließt in Form von Zuschüssen, die nicht zurückgezahlt werden müssen. Überbrückungshilfe wird gefördert, wenn der monatliche Umsatz mindestens 30 Prozent unter dem Vergleichsmonat des vorherigen Jahres liegt.

Aber die Hilfe hatten nicht nur kleine und mittelständische Unternehmen. An große Unternehmen, die wichtig für deutsche Wirtschaft und deutschen Arbeitsmarkt sind, richtet sich der Wirtschaftsstabilisierungsfond mit einem Umfang von 600 Milliarden Euro. Natürlich, funktioniert nicht alles wie erwartet. Es gibt viele bürokratische Probleme, deswegen fließen die Gelder nicht an jeden und kommen nicht immer pünktlich [10].

Alle diese Tatsachen zeihen, dass diese Zeit sehr schwierig für deutsche Wirtschaft war und noch ist. In erster Linie, weil das Virus sich sehr schnell verbreitete und viele Maßnahmen in aller Eile ergriffen wurden. Niemand hat erwartet, dass es so ernst und so

lange sein würde. Viele Geschäfte gingen unter. Zum anderen mussten viele neue Arbeits- und Produktionsbedingungen erlernen, die erst in Ansätzen eingeführt worden waren. Einige Unternehmen, die notwendige Dienstleistungen anboten (z.B. Online-Shops), haben dagegen den Jackpot geknackt. Die rechtzeitigen Maßnahmen in Deutschland und die allmähliche Akzeptanz der neuen Bedingungen verhalfen aber vielen Unternehmen und der Wirtschaft insgesamt zu einer beginnenden Verbesserung.

Literatur

1. Welche Folgen hat Corona für die Wirtschaft? URL: <https://www.lpb-bw.de/wirtschaft-und-corona> (Zuletzt aufgerufen: 19.03.2021)
2. Bruttoinlandsprodukt (BIP) in Deutschland in jeweiligen Preisen vom 4. Quartal 2016 bis zum 4. Quartal 2020 URL: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/3829/umfrage/entwicklung-des-bruttoinlandsprodukts-in-deutschland-nach-quartalen/> (Zuletzt aufgerufen: 19.03.2021).
3. Welche Auswirkungen hat die COVID-19-Pandemie aktuell auf die Geschäfte Ihres Unternehmens? URL: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1102907/umfrage/umfrage-unter-deutschen-unternehmen-zu-den-erwarteten-folgen-des-coronavirus/> (Zuletzt aufgerufen: 19.03.2021).
4. Willkommen im neuen Alltag URL: <https://www.deutschland.de/de/topic/wirtschaft/innovation-und-technik/corona-pandemie-neuerungen-die-die-krise-ueberdauern> (Zuletzt aufgerufen: 19.03.2021).
5. Entwicklung der monatlichen Passagierzahlen am Flughafen Frankfurt/Main von Februar 2019 bis Februar 2021 URL: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/37231/umfrage/entwicklung-der-passagierzahlen-am-flughafen-frankfurt/> (Zuletzt aufgerufen: 20.03.2021).
6. Anzahl der Fahrräder in Deutschland von 2005 bis 2020 URL: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/154198/umfrage/fahrradbestand-in-deutschland/> (Zuletzt aufgerufen: 20.03.2021).
7. Volkswagen rutscht in die roten Zahlen URL: <https://www.tagesschau.de/wirtschaft/volkswagen-verlust-101.html> (Zuletzt aufgerufen: 21.03.2021).
8. Volkswagen AG's sales revenue from FY 2006 to FY 2020 URL: <https://www.statista.com/statistics/264349/sales-revenue-of-volkswagen-ag-since-2006/> (Zuletzt aufgerufen: 21.03.2021).

9. Monthly downloads of the Zalando app on android and iOS devices in Germany from September 2017 to September 2020. URL: <https://www.statista.com/statistics/1180866/germany-zalando-monthly-downloads/> (Zuletzt aufgerufen: 21.03.2021).
10. Deutsche Corona-Hilfen für die Wirtschaft URL: <https://www.dw.com/de/deutsche-corona-hilfen-f%C3%BCr-die-wirtschaft/a-56407715> (Zuletzt aufgerufen: 20.03.2021).

INVESTMENT CLIMATE OF UKRAINE: PROBLEMS AND OPPORTUNITIES

М. Б. Білокіз, студент спеціальності Міжнародні економічні відносини, група МЕВ МБ 6-41

В. Л. Іщенко, науковий керівник, кандидат філологічних наук, доцент, завідувач кафедри ділової іноземної мови Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Ukraine with its unique location in the center of the European market and cheap compared to developed European countries and at the same time a sufficiently skilled and educated workforce may become an ideal place for investment in the near future against the backdrop of the global crisis. In addition, in many places in Ukraine there is already a suitable infrastructure for this, and Ukraine has been and remains investment attractive for foreign investments. But despite all the advantages that Ukraine has, there are a number of factors that stop the development of Ukraine's attractiveness for investors, such as:

1. Lack of political will and understanding among the leadership at the central and regional levels, especially in the area of strategic investment.
2. High level of corruption. Shadow economy.
3. Imperfect investment legislation, lack of an Investment Code.
4. Problems of translating documents and web resources into English and other languages.
5. Lack of professional specialists capable of drawing up investment projects and business plans, accompanying and managing projects.
6. Lack of regular cooperation with international rating agencies (Standard & Poor's, Moody's and Fitch Ratings).

7. Low adaptation of Ukrainian legislation to European standards.

8. Inconvenient regulatory system, complexity of tax administration, difficulty in obtaining permits.

9. Political instability.

10. Ineffective mechanisms to protect investors' rights.

Despite the many problems that exist in Ukraine, there are sectors that are now actively developing and require infusion of investments from foreign investors, such as:

- Agricultural complex. Ukraine has about 30 % of the world's black soil and the tradition of growing various products and raw materials. The potential of agriculture in Ukraine is enormous and, if properly used, can turn Ukraine into an agricultural leader.

- Tourism. Objects in the context of EURO 2012. For tourists in Ukraine there are huge opportunities for both civilized and extreme tourism. Various types of landscapes and climatic zones. Many recreational areas and cultural and historical sites.

- Transport and transit potential. International transport corridors. Gas transmission system.

- Scientific and technical potential. Development in the field of space projects, incl. «sea launch», nuclear technology, aircraft construction, shipbuilding, unique defense technologies, production of artificial diamonds, Antarctic research, etc. Potential in the field of High-tech, software production.

- Energy. Alternative energy sources. Raw materials and full production cycle. Energy Saving Technologies.

Taking into account all the shortcomings that negatively affect the investment climate of our country, it would be advisable to propose a way to revitalize the investment climate in Ukraine.

Ways to activate the investment climate in Ukraine:

- reaching agreement between various power structures, social groups, political public organizations;

- fight against crime;

- slowing down inflation by all measures of non-payment of wages to workers known in the world practice;

- revision of tax legislation towards its simplification and stimulation of production;

- mobilization of free funds of enterprises and the population for investment needs to increase interest rates on deposits and deposits;

- introduction into construction of a system of payment for objects for final construction products;
- launching the bankruptcy mechanism provided for by the legislation;
- the provision of tax incentives to banks, domestic and foreign investors going for long-term investments in order to fully compensate for losses from a slowed capital turnover.

Also, among the measures to activate the investment climate, it should be noted:

Creations about free economic drawings;

- creation of a system for accepting foreign capital, including a wide and competitive network of state institutions, commercial banks and insurance companies that insure foreign capital against commercial and commercial risks;
- creation in the shortest possible time of a national system for monitoring the investment climate in Ukraine;
- development and adoption of a program to strengthen the hryvnia exchange rate.

The proposed ways to activate the investment climate in Ukraine, will ensure the fundamental development of the economy of our country, and will also be able to consolidate and improve its stability, reduce the risk of long-term loans, which means that many projects will be implemented designed to improve the social sphere, which in turn will reduce social tension in the country.

Ways to activate the investment climate will allow you to delve into the investment process with the aim of further developing an effective investment strategy aimed at improving investment activities in Ukraine.

References

1. Investment climate of Ukraine. URL: <http://www.mayger.ua/ru/analitika/investitsionnyj-klimat-ukrainy/>
2. Investment image and climate of Ukraine. URL: <https://blogs.pravda.com.ua/authors/bogush/4bb1a05adc25f/>
3. Main ways to activate the investment climate of UKRAINE. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1992>.

THE PROBLEM WITH THE PINK TAX

С. В. Бендеберя, студент спеціальності Підприємництво, торгівля та маркетинг, група ПТЛ 6-11

Т. С. Сокурєнко, науковий керівник, асистент кафедри ділової іноземної мови

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Gender-based pricing, also known as «pink tax», is an upcharge on products traditionally intended for women which have only cosmetic differences from comparable products traditionally intended for men. The classic example is those cheap razors for sale in most stores [1].

The «men's» version is blue; the «women's» version is pink. That's the only difference, the color. But inevitably, the women's version is more expensive than the men's.

Likewise, «Masculine» products come in black or navy blue packaging with boutique brand names like Bull Dog, Vikings Blade, and Rugged and Dapper. If the products have a fragrance, it's a musky scent.

Meanwhile, «female» products are hard to miss: an explosion of pink and light purple, with an added dose of glitter. If scented, the fragrances are fruity and floral, like sweet pea and violet, apple blossom, and raspberry rain – whatever that is.

While scent and colour are perhaps the most obvious difference between products traditionally aimed at men and women, there's another, subtler difference: the price tag. And it's costing those who buy products aimed at women significantly more [1].

Because of this, The New York City Department of Consumer Affairs released a study comparing the prices of over 800 products. The goal of the study was to estimate the price differences male and female shoppers' face when buying the same types of items.

The results: Products for women and girls cost 7 % more than comparable products for men and boys.

- 7 % more for toys and accessories;
- 4 % more for children's clothing;
- 8 % more for adult clothing;
- 13 % more for personal care products;
- 8 % more for senior/home health care products [2].

In summary, the easiest way to avoid the pink tax is to compare prices in the shops when you have such opportunity. Besides check out the «men's» versions of razors, shampoo, and other personal care products. Browse men's basics like t-shirts, button-up shirts, and socks – chances are, you'll pay less for products of similar, or better, quality.

Also, be on the lookout for stores and companies that advertise as being «Pink Tax-Free» or offer unisex services.

References

1. Yazicoglu A. E (2018). Pink Tax and the Law. Discriminating Against Women Consumers. Oxfordshire, England, UK: Routledge.
2. A Study of Gender Pricing in New York City. URL: <https://www1.nyc.gov/site/dca/partners/gender-pricing-study.page>.

PROBLEMS OF COMMUNICATION PEOPLE FACE IN GAMBIAN SOCIETY AND HOW TO OVERCOME IT

Bassirou Gaye, КНБ англ-21

Н. С. Руденко, науковий керівник, ст. викладач кафедри ділової іноземної мови

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

In a diverse society of the Gambia much of the daily routine of the society involves information exchange and coordination. The fact that the society faces problems in communication makes it difficult for people to do large cooperative businesses and even sharing knowledge from each other in some cases. Communication is a vital tool in our lives which we can use to coordinate our daily activities. To the extent that both these activities are dependent upon communication networks, communication thus becomes a plausible focus for comparative organizational analysis. These and many of the problems hinder communication in such a society.

In the first place is the inter-cultural communication that makes problems to an effective communication. The problems of inter-cultural communication in Gambian society go beyond the spoken and written language of another culture. The barriers are caused by semantic differences, word connotation, differences of tone and perception. Nonverbal communication has different meanings in different cultures. Orientations to signs and the meaning of signs

differ widely among cultures. The cross-cultural difference can be reduced to a great degree if the differences are realized by the senders and receivers. Emphasis should be more on description rather than interpretation and the interpretation should never be taken as final rather as developing. People take some signs and interpretation very offensive while for others it is normal.

Secondly, is the political environment of the Gambian society. An unnatural communication process can be created by the political environment in a society. The term 'political' in a society refers to groups formed on the basis of caste, creed or color. In such groups are not required for a unified growth of communication. The required form of communication in such a case is, that polity should encourage effective communication as people are sensitive to others feelings. A polite and concerned atmosphere can lead to effective communication. Soft words should be used to convey hard meanings, but in case that is not possible, the management has to resort to other means to convey the message in a clear and accurate form.

Thirdly, this is a technological aspect. Coming up of technologies have led to many changes in the Gambian societal communication processes. People have changed the way they communicate in different ways. Telephone remains the major communication device among people in developed nations, but cellular phones are fast replacing the non-cellular ones in most parts of the world. Circulated computer technology is increasing in use. People within an organization have started communicating directly on a computer network. Satellites and fiber optics allow high speed connections among networks at any of an organization's locations. An organization with global operations can move all forms of information quickly to distant places. In such a society welcomes all technologies to ease communication where different signs and interpretation are being made use of.

To conclude, communication nowadays form a great part of the polices made in societies globally. People try to ease communication by making use of different kind of technologies emerging, and some visits expertise to developed themselves in this field, and this contributes a lot.

ЗАСОБИ ТА ПРИЙОМИ ПОДОЛАННЯ КОМУНІКАТИВНИХ БАР'ЄРІВ В ПРОЦЕСІ НАВЧАННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ УЧНІВ СТАРШИХ КЛАСІВ

А. І. Внукова, студентка спеціальності «Середня освіта. Мова і література (англійська)»

С. О. Шехацова, науковий керівник, д. пед. н., професор, декан факультету іноземних мов

Державний заклад «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка»

Іноземні мови в наш час динамічно розвиваються і дуже популярні. Учні старших класів вивчають іноземні мови, найчастіше англійську, тому що вона є мовою глобалізації. Однак не завжди навчання проходить успішно – нерідко виникають комунікативні бар'єри, найчастіше це перешкоди, що заважають спілкуванню на іноземній мові. Учні вивчають іноземну мову в рідній країні, однак, опинившись в іншомовному середовищі, не всі, хто вивчають, можуть застосувати свої знання на практиці, тобто висловити власні думки, і, що не менш важливо, – зрозуміти, про що говорить співрозмовник.

У 50–60 рр. ХХ ст. виник і почав розвиватися комунікативний метод, який, на думку багатьох методистів, є в наші дні найефективнішим механізмом подолання комунікативних бар'єрів. Комунікативність передбачає мовну спрямованість навчального процесу, стимулювання мовленнєвої активності, забезпечення індивідуалізації навчання, облік функціональності мови, створення ситуативності навчання, дотримання принципу новизни і нешаблонності в організації навчального процесу. Параметри комунікативного спілкування реалізуються в комунікативній поведінці вчителя, активній поведінці учня, в предметах обговорення, ситуації спілкування, використанні мовних засобів [1, с. 4].

Комунікативний бар'єр – це психологічна перешкода, що виникає на шляху передачі адекватної інформації. На жаль, дуже часто комунікативний бар'єр виникає при вивченні іноземної мови. Говорячи про труднощі навчання іноземної мови, не можна не розглянути поняття мови. І. Зимня пропонує таке визначення мови: мова – «це складне системне рівневе утворення, за допомогою якого формується понятійне (вербальне) мислення людини і опосередковується розвиток усіх його

вищих психічних функцій і яке є основним засобом людського спілкування» [2, с. 57].

Існує власне лінгвістичний бар'єр, коли ми не можемо говорити і розуміти іншу мову просто тому, що у нас не сформовані відповідні навички. Цей бар'єр можна вважати об'єктивним. Він може бути як у того, хто ніколи не вивчав відповідну мову, так і у того, хто вивчав, і нерідко досить тривалий час, але мовним навичкам – розумінню на слух, артикуляції, здатності до мислення іншою мовою – не приділялося належної уваги на початкових етапах навчання [3, с. 44].

Виділяється також мовний бар'єр, який можна назвати суб'єктивним. Він буває у тих, хто володіє мовними навичками необхідного мови, але тим не менше переживає почуття відчуженості, нерозуміння, страху при спробах спілкування на цій мові. Це власне психологічний, комунікативний бар'єр, який завжди індивідуальний [4, с. 80]. У текстах чоловічих глянців представників сильної статі зображено сміливцями, любителями ризику, успішними особистостями, власниками, батьками тощо.

Комунікативні бар'єри є наслідком цілого ряду труднощів як лексичного, так і граматичного порядку.

До числа лексичних труднощів потрібно, насамперед, віднести наявність омофонів. В області граматики найбільше складне викликає розбіжність у синтаксичному малюнку фрази. Отже, викладач повинен створити таку атмосферу, щоб учень не сприймав його як суворого людини, яка, почувши помилку, відразу ж виправить її, а як наставника, старшого колегу, який готовий допомогти.

На підтвердження даної методики в нашому дослідженні ми пропонуємо наступні методи подолання комунікативних бар'єрів: рольова гра, метод проєктів, дискусія, комунікативний підхід.

Крім того, використання комунікативної методики, вона забезпечує не тільки засвоєння іноземної мови як засобу спілкування, а й розвиток всебічних якостей особистості учнів. Таким чином, результати даного дослідження можуть становити інтерес для учнів і викладачів як вищих навчальних закладів, так і спеціалізованих шкіл з вивчення іноземних мов.

Розглянута нами проблема має перспективу розвитку в подальших наукових дослідженнях і пошуках.

Список використаних інформаційних джерел

1. Артемчук А. П. Про сучасні підходи до вивчання та викладання іноземних мов / А. П. Артемчук // Рідна школа. – 2003. – № 9. – С. 4–7.
2. Зимняя И. А. Проблемность в обучении неродному языку // Проблемность в обучении иностранным языкам в вузе / И. А. Зимняя – 1994. – № 1. – С. 56–58.
3. Жулківська М. О. Умови успішного навчання іноземних мов // Рідна школа / М. О. Жулківська. – 2004. – № 9. – С. 43–45.
4. Сищенко В. М. Розвиток мовлення при вивчанні іноземних мов / В. М. Тищенко // Освіта Донбасу. – 2006. – № 2. – С. 78–81.

GENDER POLICY AND THE ROLE OF WOMEN IN THE WORLD'S ECONOMY AND BUSINESS DEVELOPMENT

О. В. Волошина, студент спеціальності Підприємництво, торгівля та маркетинг», група ПТЛ 6-11

Т. С. Сокурєнко, науковий керівник, асистент кафедри ділової іноземної мови

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Women's economic empowerment is central to realizing women's rights and gender equality. Women's economic empowerment includes women's ability to participate equally in existing markets; their access to and control over productive resources, access to decent work, control over their own time, lives and bodies; and increased voice, agency and meaningful participation in economic decision-making at all levels from the household to international institutions [3].

Women's economic equality is good for business. Companies greatly benefit from increasing employment and leadership opportunities for women, which is shown to increase organizational effectiveness and growth [2]. It is estimated that companies with three or more women in senior management functions score higher in all dimensions of organizational performance.

Women are less likely to be entrepreneurs and face more disadvantages starting businesses: In 40 % of economies, women's early stage entrepreneurial activity is half or less than half of that of men's. Women are constrained from achieving the highest leadership positions: only 5 % of Fortune 500 CEOs are Women.

Violence and harassment in the world of work affects women regardless of age, location, income or social status. The economic costs – a reflection of the human and social costs – to the global economy of discriminatory social institutions and violence against women are estimated to be approximately USD 12 trillion annually. Women represent 49.6 % of the total population, but only 40.8 % of the total workforce in the formal sector [1].

Closing the gap between male and female employment rates would have huge implications for the global economy, boosting American gross domestic product (GDP) by as much as 9 %, Eurozone GDP by 13 % and Japanese GDP by 16 % [2].

Women dominate the global marketplace by controlling US\$20 trillion in consumer spending and that number is predicted to rise to US\$28 trillion by 2014. More women than men entrepreneurs introduce innovations (new products and services) in developed economies.

In societies where women perceive they have the capabilities for entrepreneurship, there is a greater likelihood women will also perceive entrepreneurial opportunities.

As a result, according to preliminary research conducted by WE Connect International, women-owned businesses earn less than 1 % of the money spent on vendors by large corporations and governments.

References

1. Pillinger J. Handbook addressing violence and harassment against women in the world of work (2019), NY, USA: UN Women.
2. Facts and Figures: Economic Empowerment URL: <https://www.unwomen.org/en/what-we-do/economicempowerment/facts-and-figures>.
3. Women Growing Together in the Americas. URL: <https://women.connectamericas.com>.

THE ROLE OF ENGLISH LANGUAGE IN GLOBAL COMMUNICATION

К. В. Говтвяниця, студент спеціальності Міжнародні економічні відносини, група МЕН МБ 6-31

О. А. Кононенко, науковий керівник, асистент кафедри ділової іноземної мови

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Communication is a skill acquired by individuals and is used every day, whether verbal or physical communication such as

newspapers, media and politics. The role of English as a global language in the past, present and future has changed and will continue to change over the years, especially in areas such as politics, medicine, business and law, but the importance of this language is only growing.

Now, in the 21st century, English has become a global language due to common qualities with other languages. This allows people from all over the world to understand each other by learning only one language that can be applied to everyone. Moreover, business, trade and commerce have become international, and most business organizations have their offices in most countries. In addition, when doing business, partners are important, especially international ones, having one language that allows you to negotiate with different representatives undoubtedly simplifies this process. In order to maintain international relations in the fields of science, technology, business, education, travel, tourism and so on, English also serves these purposes as a global language.

It is important to note that most of the information, especially political and cultural, is in English, different publications, blogs, news portals want to attract more audiences. For readers, such a volume of information allows them to develop critical thinking, which in turn has a positive effect on the perception of the world.

In addition to news in English, there are also many different courses both online and offline for students, schoolchildren or people who want to learn something new for themselves. This is done so that as many people from all over the world as possible could understand and study the information.

It is an undeniable fact that there is a need for a common language to communicate with the current growing commerce and trade between companies from all over the world, as well as with the huge flows of information. With the development of informatization, as well as globalization, it is obvious that most people around the world communicate with people from other regions only in one internationally recognized language, that is, in English, and this allows them to understand each other. Considering how quickly our world is changing and how we ourselves are changing, the presence of a link between all people is simply necessary. A common language became such a link, namely English, as it was said earlier, in addition to everything, it also greatly simplified and at the same time filled our lives with new opportunities.

КРИТИЧНЕ МИСЛЕННЯ ЯК КОМПОНЕНТ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ ВИКЛАДАЧІВ ІНОЗЕМНИХ МОВ

К. Д. Гречишкіна, студентка спеціальності «Середня освіта.
Мова та література (іспанська, англійська)»

С. О. Шехацова, д. пед. н., професор кафедри романо-гер-
манської філології

Державний заклад «Луганський національний університет імені
Тараса Шевченка»

Наука та освіта мають першорядне значення для збільшення інтелектуального та духовного потенціалу не тільки молоді, але й усього нашого суспільства. Там, де наука не розвивається, відбувається регрес, відсталість суспільства у всіх сферах життя. Бажання здобувати актуальні знання, бути освіченим та мати високу культурний рівень – повинні стати життєвою потребою для кожного. Завдання, які сьогодні ставить сучасний світ, вимагають формування та вдосконалення професійної компетентності вчителів, готовності до вирішення педагогічної проблеми в нестандартних ситуаціях. При вирішенні цієї проблеми професійна компетентність вчителя грає величезну роль. Соціально-економічний та духовний розвиток суспільства безпосередньо залежить від професійного рівня вчителя, одним з основних компонентів якого є критичне мислення.

Критичне мислення розглядається як науковий підхід до розв'язування широкого кола проблем – від життєвих до професійних. Професор Колумбійського університету та Монтклерського державного коледжу (США) М. Ліпман стверджував, що освіта завжди ставила перед собою дві принципові мети – передачу знання та культивування мудрості [1]. В даному контексті поняття мудрості розглядається як самокритика розуму, уміння розмірковувати та фільтрувати інформацію. Річард Пол і Лінда Едлер з Каліфорнійського центру критичного мислення інтерпретують критичне мислення як «надання нової форми мисленню шляхом розуміння його сильних і слабких сторін». Інший представник того ж центру, К. Уейд, «вважає критичне мислення здатністю та бажанням об'єктивно оцінювати основу добре доведених причин і продовжувати мислити, незважаючи ні на що, критичне мислення не є суто негативним мисленням» [2]. Зміст критичного мислення полягає в знаходженні об'єктив-

ної дійсності. Воно починається з постановки питань з'ясування проблем, які потрібно вирішити, прагне до переконливої аргументації [3].

Отже, метою майбутніх викладачів іноземних мов має бути не тільки безпосереднє викладання по програмі та очікування вказівок від уряду, а й формування компетентності критичного мислення, науково-методичної та професійної діяльності. Необхідно долати власне вузькоспеціальне спрямування, свідомо використовувати інформацію, виявляти в ній елементи новизни, перевіряти її. Для розвитку критичного мислення у процесі навчання треба винаходити проблемні ситуації, пропонувати нестандартні рішення, організовувати дискусії у процесі вирішення певних завдань. Саме такі положення породжують усвідомленість, самостійність та здатність диференціювати інформацію.

Список використаних інформаційних джерел

1. Lipman M. Critical thinking: What can it be? / Matthew Lipman. – Institute of Critical Thinking. Resource Publication, 1988. – Series 1. – № 1. – 12 p.
2. Jabborov U. (2020). The importance of foreign pedagogical experience in the preparation process of English language teachers. Архив Научных Публикаций JSPI, 1-11.
3. Терно С. О. Теорія розвитку критичного мислення (на прикладі навчання історії)/посібн. для вчителя. Запоріжжя, 2011. 105 с.

FEATURES OF ELEMENTS OF THE MARKETING COMPLEX IN ACTIVITIES OF CHARITY ORGANIZATIONS

В. В. Кісурін, студент спеціальності Маркетинг, група М б -21
В. Л. Іщенко, науковий керівник, к. філол. н., доцент кафедри ділової іноземної мови
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

According to modern scientists, marketing of charity organizations, is the activity of legal entities or individuals which, as in the case of commercial organizations, function in a competitive environment, but, in contrast of them, not for getting profit and their activities can also be carried out on the basis of classic marketing.

That is, the components of marketing activities fully correspond to the elements of the model of the marketing process proposed by F.

Kotler and J. Armstrong, in particular, elements of the marketing complex, namely the product, price, place and promotion, although they have their own features. [1]

Product. At first sight, the product is a missing element in the marketing of charity organizations, because for the average consumer there is no product in its usual meaning. But if we turn to the definition of the product, namely the product is a material or nonmaterial good that can satisfy the needs of the consumer, we can conclude that the product, as part of the marketing complex, is the process of charity, which has consequences for each consumer and depends on his/her own needs. That is, for example, for a person or organization whose goal is to increase their reputation, the result of participation in charitable activities will be getting a socially positive reputation. And for a person who aims to distract from personal problems, such a consequence will be the calming of the mental condition through helping others and so on.

Price. The price, as an element of a complex of marketing of charity organizations, differs a little from a complex of commercial sphere and has certain features. At first, the price in the activities of charitable organizations is determined not only in monetary terms. Very often the price here is also determined by material goods, time and efforts spent on charity. Also, another feature of the price in the charitable sector is that it is often determined not by the organizations, but by the volunteers, that is, here it is not a competitive component of the activity, unlike in the commercial sector. In addition, if the price is still determined in monetary terms, while in commercial marketing the price should be such as to ensure the profitability of the business, in the charitable field, due to the specifics of its activities, it does not have this function.

Place. The place, or distribution, in the classical marketing complex is choosing the optimal scheme of product delivery from producer to consumer. However, in the marketing activities of charity organizations, the distribution is aimed not only for providing the convenient opportunity for volunteer to participate in charitable activities, but in some cases also characterized by a certain action in the opposite direction, that is, aimed at choosing the best scheme of material assistance delivery from volunteer to beneficiary.

In the case of increased convenience in carrying out charity activities for volunteers, the distribution is characterized mainly by a single-level distribution channel or a zero-level channel, where the

charity is the “producer” and the “consumer” is a volunteer. The “retail” in one-level distribution channels are mainly medical, educational, religious institutions, public or other charitable organizations.

Promotion. Promotion in the marketing of charities is the most similar element to the complex of commercial institutions and a large amount of communication tools, such as advertising or public relations, are also successfully used in the charity. The main tasks of promotion are to motivate people to carry out charity activities, stimulate interest and informing. To achieve these goals, charities use a large amount of tools, such as social events, seminars, trainings, documentaries and social advertising.

In summary, consideration of the activities of charity organizations for the presence of a marketing component, namely elements of the marketing complex shows that charity organizations function on the same market conditions as commercial organizations, although they have some differences and a number of features in their activities.

Список використаних інформаційних джерел

1. Борисова Т. М. Маркетинг некомерційних організацій у розрізі сфер діяльності: теорія і практика : монографія / Т. М. Борисова. – Тернопіль: Астон, 2015. – С. 56.
2. Борисова Т. М. Маркетинг благодійних і волонтерських організацій / Борисова Т. М. // Галицький економічний вісник, № 2 (49). 2015. Маркетингові технології підприємств в сучасному науково-технічному середовищі. 2015. – С. 190.
3. Основні елементи та комплекс маркетингу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://pidru4niki.com/1596122741711/marketing/osnovni_elementi_kompleks_marketingu. – Назва з екрана.

THE ROLE OF EMOTIONS IN MOTIVATING FOREIGN LANGUAGE LEARNERS

Є. А. Ключник, студентка спеціальності Філологія, група ФІЛ 6-11

А. М. Кришталь, науковий керівник, викладач кафедри ділової іноземної мови

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Although the process of learning a foreign language is replete with emotions, these have not been sufficiently studied in the field of

English Language Teaching. The aim of this article is to report the motivational impact of the emotions experienced based on scientific work by Mariza Méndez. The idea of article is next. Students were asked to keep an emotional journal for twelve weeks during their third term in order to map their emotions and their sources during instructed language learning. The results show that the emotions experienced most by students are: fear, happiness, worry, calm, sadness and excitement. Although there is a range of sources for emotional reactions, the five main sources of students' emotions are: their insecurity about their speaking ability, the teachers' attitudes, comparisons with peers, the classroom atmosphere, and the type of learning activities. The two main aspects identified as impacting on students' motivation are: the teachers' attitudes, and the classroom climate.

Students reported a vast number of emotions during the term. These emotions were both negative and positive, and were originated by different sources. Although students experienced both types emotions were dominated by negative emotions during the term. Student reports about emotional experiences during the semester identified two main sources of such results in the study of foreign languages: influence of teachers and impact of the environment. Students described many examples of how this is two aspects affected their effectiveness on a daily basis during the studying. The climate in the classroom was also recognized as an important feature of effective learning. Friendly relations between students were quite favorable for learning a foreign language. The results show that emotions, both negative and positive, increase and decrease motivation. The results of this study show that positive emotions serve as learning enhancers.

Although students experienced both types of emotions, negative emotions predominated during the term. Students' self-reports on emotional experiences identified two main sources of these in foreign language learning instruction: the teachers' impact, and the learning environment impact. The students' journal entries described many instances of how these two aspects impacted their performance in daily classes. Teachers have been widely recognised in literature as the main source of students' emotions, which is understandable due to the leading role they exercise in a classroom. The classroom climate has also been identified as an important feature of effective learning; thus it is not surprising that students made constant references to the learning environment when they considered this to

be enhancing or detrimental to their language learning process. These two aspects will be discussed in the section on implications for language teachers, below.

APPROACHES TO TESTING AS A MEANS OF ASSESSMENT

A. V. Kononova, student, «Secondary Education. Language and Literature (English)

O. M. Byndas, supervisor, PhD, Associate Professor, Head of Romance and Germanic Philology Department
State Institution «Luhansk Taras Shevchenko National University»

It goes without saying that testing as a check on learning is essential. Teaching implies giving input and guidance, testing implies absence of teacher's support and some kind of evaluation. One absolutely necessary features of testing is accountability. As professionals, teachers should be able to provide learners, parents, institutions and society in general, with clear indications of what progress has been made and if it has not, why that is so. We should be able to explain the rationale behind the way assessment takes place and how conclusions are drawn, rather than hiding behind a smoke screen of professional secrecy [2, p. 78].

Firstly, *Intuitive approach* to testing was mainly spread. Language was viewed as a system of rules, Grammar – Translation approach to teaching was the king so, naturally, tests were centered about knowledge of grammar and translation skills. The preferred test formats were translation, writing essays and grammar analysis with a heavy cultural and literary bias. There was no special skill or expertise in testing – only the subjective judgement of the teacher in both the setting and marking of tests [4, p. 40].

Then language was seen as a system which could be broken down in a set of linguistic items (structuralism). There was the advent of Audio-Lingual method: learning, according to behaviorist psychological theory, was seen as the systematic acquisition of set of habits [1, p. 27]. Tests of the *Scientific approach* reflected these views and were designed to measure learners' mastery of separate elements of the language (grammar, vocabulary, phonology) at sound, word and sentence level, i.e. no context was provided. Skills were also tested separately. So, tests were discrete item tests. Tests had to be objective and reliable so that there could be statistical analysis of the results. Multiple-choice was the most common test format. Rise of

testing experts specially trained took place for the first time in history [4, p. 42].

After all, language has been seen as a complex system of skills and problems of linguistic and non-linguistic behaviour as well as a means of communication. Cognitive (language is a means of acquiring knowledge) and Communicative approaches to learning have been in the focus. So the tests became concerned with meaning in context and communication. *Integrative and communicative approach to testing* came into being. Tests are to be integrative (several skills, sub-skills and language use are tested at a time). Typical integrative tests are – Cloze, essay-writing, oral interviews etc. Tests are to be communicative (primarily concerned with how language is used for communication). Thus, tests tend to consist of real-life tasks and success is judged on the basis of the effectiveness of communication, i.e. they assess language use more than language usage [3, p. 184].

To conclude, assessment should be aimed at giving students a chance to show what they have learnt rather than to reveal what they have not done.

Список використаних інформаційних джерел

1. Дюканова Н. М. Проблеми застосування тестів під час вивчення іноземної мови. *Нові технології навчання : наук.-метод. зб. ; кол. авт.* Київ : Інститут інноваційних технологій і змісту освіти, 2007. Вип. 46. С. 26–31.
2. Black P., Harrison C., Lee C., Marshall B. and William D. *Assessment for Learning: Putting it into practice.* Open University Press, 2003. 255 p.
3. Smith I. and Hailstone P. *Assessment & Learning Pocketbook.* Teachers' Pocketbooks, 2007. 296 p.
4. Spendllove D. *Putting Assessment for Learning into Practice.* Continuum, 2011. 287 p.

STEUERPOLITK DER EU

Т. А. Лисенко, студентка спеціальності Облік і оподаткування, група ОА-51

Ю. О. Дзекун, науковий керівник, ст. викладач кафедри ділової іноземної мови

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Steuern sind obligatorische Zahlungen, die von einem höheren Organ des Gesetzgebers geleistet werden und die Einzelpersonen und juristische Personen gesetzlich an den Haushalt ihres Landes zahlen.

Das Steuersystem ist eine Erhebung von Steuern, Gebühren, anderen obligatorischen Zahlungen und Beiträgen zum Haushalt und zu staatlichen Treuhandfonds, die auf die gesetzlich vorgeschriebene Weise funktionieren.

Das Steuersystem besteht aus direkten und indirekten Steuern. Direkt werden direkt auf das Einkommen oder Eigentum des Steuerpflichtigen festgelegt. Direkte Steuern umfassen die Einkommensteuer und die Vermögensbesteuerung von natürlichen Personen und Unternehmen. Die Einkommensteuer als solche fällt nicht unter die Bestimmungen der Europäischen Union (EU).

Indirekte Steuer werden in Form einer Prämie auf den Preis der Waren erfasst und vom Verbraucher bezahlt. Indirekte Steuern sind Steuern, die weder auf das Einkommen noch auf das Vermögen erhoben werden. Zu ihnen zählen die Mehrwertsteuer (MwSt.), Verbrauchsteuern, Einfuhrzölle, Steuern auf Energie und andere umweltbezogene Steuern.

Das Recht, Steuern zu erheben, abzuschaffen oder anzupassen, obliegt weiterhin den Mitgliedstaaten der EU. Unter der Voraussetzung, dass dabei die Unionsvorschriften eingehalten werden, steht es den Mitgliedstaaten frei, ihre Steuersysteme so zu gestalten, wie sie es für besser halten. Diese haben sich aus Sorge um den Verlust ihrer staatlichen Souveränität im Bereich der Steuern vorbehalten. Der Europäischen Union gehören nur begrenzte Kompetenzen an, die einstimmig, unter Zustimmung aller Mitgliedstaaten im Rat der Europäischen Union ausgeübt werden können. Innerhalb dieses Rahmens sind die Beseitigung steuerlicher Hindernisse, die Bekämpfung des schädlichen Steuerwettbewerbs und der Steuerhinterziehung sowie die Förderung einer engeren Zusammenarbeit zwischen den Steuerbehörden zur Sicherstellung der Kontrolle und zur Bekämpfung von Betrug die Prioritäten der Steuerpolitik der Union. Durch eine verstärkte Koordinierung der Steuerpolitik werden auch die weiteren Ziele der Unionspolitik der einzelnen Mitgliedstaaten unterstützt.

Eine neue Steuer einzuführen, beispielsweise eine „EU-Steuer“ zur Finanzierung ihrer Ausgaben, ist der Union nicht gestattet.

2016 wurde das Maßnahmenpaket zur Bekämpfung von Steuervermeidung aufgenommen, das die konkreten Maßnahmen zur Vermeidung von aggressiver Steuerplanung, zur Verbesserung der Transparenz und zur Schaffung gleicher Bedingungen für alle Unternehmen in der EU beinhaltet. Das Paket basiert auf drei

Grundsätzen: a) Gewährleistung effektiver Besteuerung in der EU, b) mehr Steuertransparenz, c) Gewährleistung gleicher Wettbewerbsbedingungen.

2018 traten neue Vorschriften in Kraft, die den Steuerbehörden der Mitgliedstaaten Zugang zu Daten gewähren müssen, um die Geldwäsche zu bekämpfen. Nationale Steuerbehörden verfügen seither über einen direkten Zugang zu Informationen über die wirtschaftlichen Eigentümer von Unternehmen, Treuhandgesellschaften und anderen juristischen Personen sowie zu Unterlagen der Unternehmen. Durch die neuen Vorschriften können die Steuerbehörden schnell und effizient auf Fälle von Steuerhinterziehung und Steuervermeidung reagieren.

Die EU ist an der Steuererhebung und der Festsetzung von Steuersätzen nicht direkt beteiligt. Über die Höhe der Steuern entscheiden nationale Regierungen, die auch beschließen, wofür sie die Steuergelder ausgeben.

In bestimmten Bereichen, etwa bei der Mehrwertsteuer (MwSt) oder der Besteuerung von Energieerzeugnissen und Strom sowie den Verbrauchsteuern auf Tabak und Alkohol, bestehen spezifische Vereinbarungen.

Die EU arbeitet bei der Koordinierung der Körperschaft- und Einkommensteuern mit den EU-Ländern zusammen, um die Besteuerung fair, effizient und wachstumsfreundlich zu gestalten sowie die Steuerhinterziehung und -vermeidung zu verhindern.

Literaturverzeichnis

1. Handbuch des europäischen Steuer- und Abgabenrechts. 2. Auflage. Neue-Wirtschafts-Briefe-Verlag, Herne u. a. 2000.
2. Heinrich Weber-Grellet: Europäisches Steuerrecht. C. H. Beck, München 2005.

DEUTSCHSPRACHIGE SYNONYMIE IN DER INTERNETLEXIK

D. Lysak, Studentin der Fachrichtung «Sekundarschulbildung, Deutsch und Englisch», 3. Studienjahr. Die Nationale Schewchenko-Universität, Lugansk

O. I. Kobzar, wissenschaftliche Betreuerin, Professorin des Lehrstuhles für Businessfremdsprachen, Dr. Phil. Die Hochlehranstalt von Ukoopspilka «Poltawaer Universität für Wirtschaft und Handel»

Unsere Forschung wurde dem Thema Synonymie im deutschsprachigen Internet gewidmet. Besondere Aufmerksamkeit wurde auf

die Verwendung verschiedener lexikalischer Einheiten bei jungen Menschen gelegt, da diese soziale Gruppe einen wesentlichen Einfluss auf die Entwicklung solches Phänomens wie der Synonymie hat. Um die Besonderheiten der allgemeinen Jugendsprache präzise und exakt zu untersuchen, reicht es heute nicht mehr aus, Forschung zu betreiben, die sich nur auf die gesprochene Sprache junger Menschen stützt, da ein moderner Mensch jedenfalls die meiste Zeit in Internet verbringt. Auf dieser Plattform können sich Vertreter verschiedener Subkulturen vollständig dem Flug der Fantasie ergeben und auf diese Weise den lexikalischen Bestand ihrer Sprache weiter entwickeln.

Das erste, was Aufmerksamkeit erfordert, ist das Konzept der Synonymie im allgemeinen Sinne. Als erste Bestimmung soll folgende gelten: Synonyme sind sprachliche Einheiten oder Strukturen, die sich formal unterscheiden, aber ähnliche oder gleiche Bedeutung haben. Synonymie ist die Bezeichnung für die Beziehung zwischen Synonymen [1].

In Bezug auf die Synonymie des spezifisch deutschsprachigen Internets gibt es mehrere Hauptthemen, die von jungen Menschen am häufigsten angesprochen werden. Im Durchschnitt wurde eine Gruppe von Personen im Alter von 18 bis 20 Jahren untersucht, die aktive Nutzer sozialer Netzwerke wie Instragram und Snapchat sind. Hier haben junge Menschen volle Autorität über die Schaffung neuer Wörter. Das erste, was auffällt, ist die Plastizität der deutschen Sprache und ihre Formbarkeit für die Entstehung neuer Wortformen, insbesondere von Verben. Nachdem wir ein paar Seiten und Chats von jungen Leuten verfolgt hatten, kamen wir zum Schluss, dass eines der beliebtesten Diskussionsthemen Optionen zur Entspannung aus dem Alltag sind. So haben wir verschiedene Formen der Verben mit der Bedeutung «sich ausruhen» festgestellt.

Während der Forschung wurde beschlossen, die Verben in verschiedene Gruppen zu unterteilen. Die erste Gruppe sind Verben, die die Bedeutung eines ruhigen und friedlichen Zeitvertreibs haben.

Z.B. 1) gammeln – *Warum nicht einfach... für eine, sagen wir mal, weitere Woche herum gammeln?*

2) hartzen – *Gestern Abend war ich nur am Hartzen (konnte mich zu keiner Arbeit, Tätigkeit überwinden)*

3) chillen – *Manchmal will ich nur chillen und mein Haus nicht verlassen, mir keine Sorgen machen und normal sein*

4) rumhängen – *Ich will nicht mit den Jungs da rumhängen.*

Die zweite Gruppe ist die Erholung im Zusammenhang mit dem Internet.

Z.B. Facebooken, googeln, skypieren und Netflix und Chill.

Es ist offensichtlich, dass diese Verben international sind und diese Tatsache beweist und betont den Prozess der Globalisierung im Sprachbereich.

Die nächste Gruppe von Verben sind Verben, die in direktem Zusammenhang mit Partys und dem Nachtleben stehen.

Z.B. 1) eskalieren – *Wir eskalieren die ganze Nacht!*

2) abgehen – *Es soll wohl in Tokio ganz schön was abgehen.*

3) sich beömmeln – *Wir haben uns total beömmelt.*

Außerdem können wir auch beobachten, dass das Wort «verrückt» auch eine interessante Synonymie hat.

Z.B. *«Der Typ war total assi drauf!»*

« Bist du bescheuert?»

Zusammenfassend können wir behaupten, dass die Analyse zweier sozialer Netzwerke, die unter jungen Menschen erfolgreich sind, uns ermöglichte, einige Merkmale der Verwendung von Synonymie zu bestimmen und den Trend zur Entstehung neuer Vokabeln anhand des Vergleichs deutscher Verben zu verfolgen. Basierend auf den erhaltenen Daten schließen wir, dass es notwendig ist, ein solches Phänomen als Neologismen des Autors zur Position des Internets in der modernen Welt wahrzunehmen.

Literatur

1. Lewkowskaja X. A. Lexikologie der deutschen Gegenwartssprache. – М., 1968.

ВИВЧЕННЯ ЛАТИНИ ЯК КЛЮЧ ДО РОЗУМІННЯ ТА ОПАНУВАННЯ РІДНОЇ, А ТАКОЖ ІНОЗЕМНОЇ МОВ

К. В. Надворна, студентка спеціальності Філологія, група ФІЛ 6-11

Н. С. Руденко, науковий керівник, ст. викладач кафедри ділової іноземної мови

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Латина – мова, що зіграла неоціненну роль у розвитку та становленні як римського, так і інших європейських народів, на сьогодні не є активною розмовною мовою. Попри те, що де-юре

латинська мова має статус державної у Ватикані, де-факто там говорять італійською. Однак не можна сказати, що латина «мертва», вона знайшла продовження в активно вживаних мовах романо-германської та інших груп, наприклад, слов'янської. Вивчення латини, дійсно, є ключем до становлення філолога як професіонала, адже не просто так у закладах вищої освіти на філологічних факультетах предмет «Основи латинської мови» є обов'язковим. Погляд на зв'язки латини з іншими мовами через орфографічний та етимологічний аспекти є перспективним і цікавим у вивченні іноземних мов та формуванні філолога як спеціаліста в царині перекладу, оскільки знання латини дає можливість бачити мовну картину повною та об'ємною з багатьма паралелями.

Вивчення латини допомагає у розумінні деяких орфографічних особливостей, пов'язаних з етимологією слів. В англійській мові існує декілька способів написання майже кожної фонемі (звука), а більшість літер мають кілька варіантів вимови, залежно від їх позиції у слові. Це пов'язано головним чином зі значною кількістю слів, що були запозичені з інших мов протягом історії англійської мови, та, згідно зі статтею «Орфографія» у Вікіпедії, подібні розбіжності є результатом «відсутності успішних спроб повних реформ правопису». З цього твердження можна зробити висновок, що орфографія англійської мови має складну природу становлення, однак знання латини дає змогу при написанні слів звернутися до першоджерела та знайти пояснення труднощам орфографії. Так, наприклад, в англійській мові слово *paraffin* має подвоєну «ф», при написанні українською мовою подвоєння «ф» не зберігається. Але у латинській мові слово представлено як *paraffinum* – парафін. Написання латинською майже повністю збігається з варіантом англійською (за винятком закінчення) та німецькою – *das Paraffin* і, що важливо, зберігається подвоєна *f*. Але варто навести й інший приклад. Слово *progress* англійською пишеться з подвоєним «s», у російській мові при написанні це подвоєння зберігається, як і в німецькій – *der Progress*. Витоки цього слова можна знайти у латині. Мається на увазі, що слово *progressus, us m* – 1) рух вперед; 2) військовий наступ; 3) крок уперед, початок; 4) подальший хід, розвиток; 5) рух вперед, успіх. Варто відзначити, що написання цих слів мало розходиться з їх фонетичним зву-

чанням, а от при вимові слів *school* – школа та *schedule* – розклад, що прийшли з латини, орфографія ледве вгадується у вимові. Ураховуючи вищесказане, ми переконуємось, що знання латини може пояснити та допомогти запам'ятати багато слів сучасних європейських мов. Для мов слов'янської групи ця теза менш актуальна, але для романських чи, як у даному прикладі, германських має суттєве значення.

Латина є невід'ємною частиною опанування етимології слів. Значна кількість запозичень в європейських (і не тільки) мовах має латинське походження. Англійська, німецька, українська, російська – не винятки. Наприклад, слово *cardinalis*, є (лат.) – головний, кардинальний прийшло з латини й у всіх мовах має абсолютний орфографічний та симантичний збіг. Цей приклад доводить значимість латини як мови-Ельдорадо для знакових систем решти мов.

Вивчення латинської мови спрощує сприйняття термінів, а їх засвоєння відбувається значно швидше та ефективніше. Ця теза є продовженням попередньої. Вище згадано, що багато мов суттєво збільшили лексичний запас за рахунок латини, а у граматичній основі спиралися на розвинену і досконалу систему латинської мови. Прикладом може послужити термін, що використовується у вивченні правила вимови голосних та приголосних, а саме: у інтервокальній позиції літера «s» одзвінчується та вимовляється як українське [з]. У слові «інтервокальний» префікс *інтер-* прийшов з латини та означає здійснення або розташування між ким-небудь, чим-небудь, проміжність. Слово «вокальний» також має латинські корені, походить від слова *vocalis*, *is f* – голосний звук. Отже, інтервокальна позиція – це позиція між голосними.

Знання, що отримані, варто застосовувати при вивченні інших іноземних мов, що буде допомагати закріпленню вивченого та використанню вже відомого у іншій, новій сфері. Також цей підхід можна застосувати крізь етимологічну призму до рідної мови, оскільки він сприяє її більш точному і глибокому розумінню. Латина здатна показати мову зовсім в інших, яскравих фарбах. Тож вивчення латини цікаве та корисне при формуванні мовних і гуманітарних компетенцій майбутнього фахівця з філології.

ETYMOLOGIE EINIGER DEUTSCHER REDEWENDUNGEN

J. O. Nos, Studentin der Fachrichtung «Philologie», Gruppe Phil-41
O. I. Kobzar, wissenschaftliche Betreuerin, Professorin des
Lehrstuhles für Businessfremdsprachen, Dr. Phil.
Die Hochlehranstalt von Ukoopsilka «Poltawaer Universität für
Wirtschaft und Handel»

Einer der wichtigsten Aspekte beim Studium der deutschen Sprache ist das Erlernen der deutschen festen Redewendungen, weil meistens in diesen Ausdrücken die einzelnen Wörter, aus denen sie bestehen, ihre ursprüngliche Bedeutung verlieren. Dieser Artikel befasst sich mit der Etymologie solcher deutschen Redewendungen. Er enthüllt den Begriff dieses Phänomens und seine Reflexion in deutscher Sprache, erforscht die Bereiche dieses Konzepts, definiert die Bedeutung sowie den Ursprung einiger deutscher Idiome. In der vorliegenden Arbeit wurden Methoden der wissenschaftlichen Forschung wie Analyse, Synthese und Erlernen der neuesten sprachlichen Ressourcen verwendet.

Der Begriff «Etymologie» stammt aus dem antiken Griechenland, seine Bedeutung bilden zwei Wörter. Die ursprüngliche Bedeutung des Wortes «Etymos» ist real, authentisch. Der zweite Bestandteil dieses Begriffs ist «Logia», was Wissenschaft, Studium bedeutet. Etymologie ist also die Wissenschaft, die eng mit dem Ursprung der Wörter verbunden ist.

Idiome werden als Mehrwortausdrücke definiert, deren Bedeutung in einer vollständig kompositorischen Methode nicht aus der Bedeutung ihrer Teile abgeleitet werden kann. Nach A. A. Reformatsky sind Phrase oder idiomatische Ausdrücke die Wörter und Wortkombinationen, die für die Sprache verschiedener Bevölkerungsgruppen nach Klasse oder beruflicher Angabe spezifisch sind [2].

In den phrasenbezogenen Zusammensetzungen der modernen deutschen Sprache wie in anderen Sprachen gibt es eine Gruppe von phrasenbezogenen Einheiten, die ihren Ursprung dem Altertum (Bräuche, Überzeugungen, Vorzeichen) verdanken. Erklärung solcher Ausdruckseinheiten scheint nur dann möglich, wenn die Gründe, die als Quelle für ihre Bildung dienten, in schriftlichen Denkmälern reflektiert oder unter den Menschen bis heute erhalten wurden.

Schauen wir einige solcher Redewendungen detailliert an. Z.B. «Das Abendmahl darauf nehmen» – heißt umgangssprachlich sich

auf etwas schwören. Diese phrasenbezogene Einheit verdankt ihren Ursprung einem mittelalterlichen Brauch, als der Angeklagte, dessen Schuld schwer zu beweisen war, oft dem «Urteil Gottes» erlag. Er musste ein Stück abgestandenes Brot oder Käse schlucken, und je nachdem, ob das Stück leicht vorbeiging oder in seiner Kehle steckte, wurde eine Entscheidung über seine Schuld oder Unschuld getroffen.

Bei jemandem in der Kreide stehen-1) jemandem etwas schulden, 2) jemandem gegenüber verschuldet sein. Der Phraseologismus erinnert an den Brauch der Besitzer kleiner Restaurants, die die Anzahl der Bierkrüge geschrieben haben, die die Besucher am Abend getrunken haben.

Alle neune! Alles! Getan! Alles zu einem! (buchstäblich: alle neun; Ausruf beim Kegeln, wenn alle Teile niedergeschlagen sind). In diesem Zusammenhang bedeutet der Ausdruck «alles bis zum Ende tun» [1].

Diese Beispiele zeigen, dass der Wert der Ausdruckseinheiten darin besteht, dass sie einen tiefen Inhalt besitzen. Hinter einer einfachen Form verbirgt sich oft nicht nur die menschliche Erfahrung, sondern auch die Lebensbedingungen der Menschen – ein Muttersprachler, seine Geschichte, Kultur, Philosophie, Gesetze, Geographie des Landes, d.h. kulturell nationale Komponente. Phraseologismen sind nicht nur reflektierte, sondern auch bestimmte Stereotypen des Verhaltens, Eigenschaften, Vor- und Nachteile einer Person, die von der angemessenen Gesellschaft und angemessenen Kultur geschätzt oder verurteilt werden.

Bestimmte Eigenschaften des nationalen Charakters manifestieren sich auf die eine oder andere Weise in der Sprache, und eine Person, die das Vokabular, die Redewendung und die Grammatik der Muttersprache von Kindheit an beherrscht, ohne es zu merken, lernt, die Welt um sich herum und sich selbst so wahrzunehmen, wie sie üblich für Leute, die sie bereits sprechen, ist. Die deutsche Ausdrucksweise spiegelt nicht nur die Charaktereigenschaften und das Verhalten der Deutschen wider, sondern bildet auch eine Person innerhalb der nationalen Tradition aus.

Literatur

1. A. V. Sarapulova. Aus der Geschichte der phrasenbezogenen Wendungen der deutschen Sprache «Fremdsprachen in der Schule» Nr. 2, 2006, S. 72.
2. Reformatsky A. A. Einführung in die Linguistik. M.: Aspent-Press, 1996. 275 S.

DEUTSCHSTÄMMIGE WÖRTER IN HEUTIGER UKRAINISCHER SPRACHE

J. Olijnyk, Studentin der Fachrichtung «Philologie», Gruppe Phil-42
O. I. Kobzar, wissenschaftliche Betreuerin, Professorin des
Lehrstuhles für Businessfremdsprachen, Dr. Phil.
Die Hochlehranstalt von Ukoopspilka «Poltawaer Universität für
Wirtschaft und Handel»

Die ukrainische Sprache interagierte lange Zeit mit verschiedenen Fremdsprachen und absorbierte bestimmte fremdsprachliche Elemente. Akulenko, L. Bulakhovsky, M. Kochergan, L. Krysin, O. Muromtseva, V. Skachkova. betrachtete das Problem der Bereicherung der Sprache mit Fremdwörtern.

Während der Annexion der ukrainischen Länder an das Großherzogtum Litauen und dann an Polen kamen viele deutsche Wörter durch Polnisch und Litauisch in unsere Sprache. Aber die Hauptquelle für Deutsch war für uns Russisch, weil dieses Vokabular während der verstärkten wirtschaftlichen und kulturellen Beziehungen zwischen Russland und Deutschland ausgeliehen wurde. **Ziel der Forschung** ist es, die Möglichkeiten zur Übersetzung deutscher lexikalischer Anleihen ins Ukrainische zu analysieren.[1]

Es gibt viele Germanismen in der ukrainischen Sprache. Wörter wie «Resort», «Wunderkind», «Zifferblatt» und sogar «Kelch» wurden uns von der deutschen Sprache gegeben. Nach der Meinung der Wissenschaftler gibt es in der modernen ukrainischen Sprache von 1 000 bis 1 500 geliehene Wörter aus der deutschen Sprache. Sie werden normalerweise in solchen Bereichen eingesetzt wie Bauwesen, Militär, Wirtschaft und Leben.

Der Germanismus ist (vom lateinischen *germanus* – *germanisch*) ein Wort, ein Ausdruck oder ein Begriff, der aus germanischen Sprachen entlehnt und als fremdes Element wahrgenommen wird. [1]

Einige Wörter wurden ohne phonetische, grammatikalische oder morphologische Änderungen ausgeliehen. Nur grafisch geändert in Übereinstimmung mit den grafischen Merkmalen der ukrainischen Sprache. Wörter wie «Buchhalter», «Absatz», «Resort», «Eisberg», «Schnitzel», «Rucksack» [3].

Es gibt viele Gründe für die Ausleihe:

✓ Bezeichnung einer neuen Realität, eines Subjekts, eines Konzepts, eines Phänomens.

✓ der Einfluss der fremden Kultur und die Popularität der Verwendung von Fremdwörtern.

✓ Bequemlichkeit für die Bezeichnung eines Objekts, das in der Sprache kein Äquivalent hat.

Deutsche Wörter können durch phonetisches und grammatikalisches Design erkannt werden, was für Wörter der ukrainischen Sprache nicht typisch ist. In Worten: *meins*, *Kran*, *Kreide*, *Ziegel*, *Farbe*.

Charakteristische Merkmale von Wörtern deutscher Herkunft:

✓ Klangkombination -st am Wortanfang (*die Strafe* *l*, *die Stanze*, *der Stempel*).

✓ Ton -z am Wortanfang (*der Zentner*).

✓ Erstellung komplexer Wörter ohne Verbindungsvokale(*die Landschaft*, *der Feldmarschall*) [2].

Ausleihende Wörter haben morphologische Veränderungen erfahren:

✓ habe den Artikel verloren.

✓ teilweise verändertes Geschlecht (das Halstuch (середній рід) – гасук (чоловічий рід), die Matraze(жін. рід) – матраc(чол. рід).

Zusammenfassend können wir den Schluss ziehen, dass das lexikalische Ausleihen von Wörtern eine der Möglichkeiten ist, das Vokabular einer Sprache wieder aufzufüllen. In der modernen ukrainischen Sprache gibt es 1000 bis 1500 geliehene Wörter aus der deutschen Sprache.

Literatur

1. Євгененко Д. А., Кучинський Б. В., Білоус О. М., Воронкова Н. Р. Лінгвокраїнознавство німецькомовних країн : посібник для студентів вищих закладів освіти та середніх навчальних закладів з поглибленим вивченням німецької мови. Вінниця : Нова Книга, 2008. 461 с.
2. E. Riesel. Stilistik der deutschen Sprache. Moskau. Verlag für fremdsprachige Literatur, 1959. 279 S.
3. Brandes M. P. Stilistik der deutschen Sprache. Москва. «Высшая школа». 1990. 133 S.

PREPOSITIONS: PECULIAR FEATURES

Д. Ю. Перепеляк, студентка спеціальності Філологія, група ФІЛ 6-11

А. М. Кришталь, науковий керівник, викладач кафедри ділової іноземної мови

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Prepositions are short words (on, in, to) that usually stand in front of nouns (sometimes also in front of gerund verbs).

Even advanced learners of English find prepositions difficult, as a 1 : 1 translation is usually not possible. One preposition in your native language might have several translations depending on the situation.

There are hardly any rules as to when to use which preposition. The only way to learn prepositions is looking them up in a dictionary, reading a lot in English (literature) and learning useful phrases off by heart (study tips).

EnglishUsageExample on days of the week on Monday in months /seasons time of day year after a certain period of time (when?) in August/ in winter in the morning in 2006 in an hour at for night for weekend a certain point of time (when?) at night at the weekend at half past nine since from a certain point of time (past till now) since 1980 for over a certain period of time (past till now) for 2 years ago a certain time in the past 2 years ago before earlier than a certain point of time before 2004 to telling the time ten to six (5 : 50) past telling the time ten past six (6 : 10) to / till / until marking the beginning and end of a period of time from Monday to/till Friday till/until in the sense of how long something is going to last He is on holiday until Friday. by in the sense of at the latest up to a certain time I will be back by 6 o'clock. By 11 o'clock, I had read five pages

We commonly use prepositions to show a relationship in space or time or a logical relationship between two or more people, places or things. Prepositions are most commonly followed by a noun phrase or pronoun (underlined):

*The last time I saw him he was walking **down** the road.*

*I'll meet you in the cafe **opposite** the cinema.*

*It was difficult to sleep **during** the flight.*

*It was the worst storm **since** the 1980s.*

*Give that **to** me.*

Although most prepositions are single words, some pairs and groups of words operate like single prepositions:

*They were unable to attend **because of** the bad weather in Ireland.*

*Jack'll be playing in the team **in place of** me.*

***In addition to** getting a large fine, both brothers were put in prison for three months.*

*I always get nervous when I have to speak **in front of** an audience.*

*We estimate that there'll be **up to** 10,000 people at the concert.*

Many nouns have particular prepositions which normally follow them:

*There's been a large **increase in** the price of petrol.*

*Does anyone know the **cause of** the fire?*

STILISTISCHE MERKMALE DEUTSCHER NEOLOGISMEN

T. O. Prokhorenko, Studentin der Fachrichtung «Philologie», Gruppe Phil-41

O. I. Kobzar, wissenschaftliche Betreuerin, Professorin des Lehrstuhles für Businessfremdsprachen, Dr. Phil.

Die Hochlehranstalt von Ukoopspilka «Poltawaer Universität für Wirtschaft und Handel»

Neologismen können als ein sehr wichtiger Teil der lexikalischen Struktur jeder Sprache angesehen werden. Sie spiegeln die in der Gesellschaft vorherrschende Stimmung wider. Das Entstehen der Neologismen in einem bestimmten Bereich menschlicher Aktivitäten zeigt die aktive Entwicklung der Branche oder der Ereignissen im Zusammenhang mit sozialen Aktivitäten an.

Neologismen spiegeln auch die Trends des modernen Deutsch wider, es erscheinen ständig neue lexikalische Elemente und einige davon werden dann zum Teil des alltäglichen Lexikons des Menschen. **Die Relevanz** der Studie beruht daher auf der stetig steigenden Anzahl von Neologismen und deren Auswirkungen auf die Sprachentwicklung.

Ziel der Arbeit ist eine detaillierte Analyse der lexikalischen und semantischen Besonderheiten von Neologismen der modernen deutschen Sprache.

Um dieses Ziel zu erreichen, müssen folgende **Aufgaben** gelöst werden: die Bedeutung des Begriffs «Neologismus» zu klären; die

lexikalischen und semantischen Besonderheiten der Neologismen zu identifizieren; die Merkmale der Verwendung von Neologismen im modernen Deutsch zu forschen.

Das Ende des XX – Beginn des XXI Jahrhunderts führte zum Auftreten der meisten Neologismen in deutscher Sprache. In dieser Zeit haben sich in der deutschen Sprache viele neue Wörter angesammelt. In der heutigen Welt verbreiten sich neue Wörter, die sich auf relevante Themen beziehen- Sie werden besonders schnell dank den Medien verbreitet. Abhängig von der Relevanz der abgedeckten Objekte und Phänomene sowie der Intensität der Erwähnungen verlieren Neologismen schließlich ihre Neuheit mit der Zeit und werden als vertraute und gewöhnliche Wörter wahrgenommen.

Aufgrund einiger Beispiele versuchen wir die Quellen der Neologismen veranschaulichen.

1. Jugendsprache. Die Jugendsprache ist eine der wichtigsten Quellen für Neuwörter oder Neubedeutungen. Seit 2008 ermittelt der Langenscheidt-Verlag mithilfe einer Umfrage jeweils das Jugendwort des Jahres (hartzen – *eigentlich: von Hartz IV leben*; chillen – *entspannen, sich abregen*; Smombie – *jemand, der seine ganze Aufmerksamkeit nur auf sein Smartphone richtet und ähnlich einem Zombie nichts mehr von seiner Umgebung wahrnimmt*).

2. Fremdsprachen. Die deutsche Sprache enthält zahlreiche Wörter, die ihren Ursprung im Englischen haben. Camping ist ein solches Wort – es stand 1941 zum ersten Mal im Duden. 50 Jahre später (1991) fand der Laptop Eingang in die deutschen Wörterbücher. In manchen jüngeren Neuwörtern ist der (eingedeutschte) Anglizismus noch deutlicher wahrnehmbar (traden – *Handel treiben; an der Börse (mit Wertpapieren) handel*; fluffig – *leicht, luftig, locker, kann sich sowohl auf einen Kuchen beziehen als zum Beispiel auch auf eine Frisur*).

3. Digitalisierung. Die Digitalisierung brachte eigene Begriffe mit – zumeist aus dem Englischen: Wörter wie «downloaden», «swipen» oder « liken » sind heute fest im Alltag verankert. Besonders interessant ist die Entstehung der selbständigen Verben in den Internetdiensten (googeln – *recherchieren im Internet mit einer Suchmaschine, zumeist Google, gegründet 1998*; twittern – *Veröffentlichung von kurzen Nachrichten über die Plattform Twitter, gegründet 2006*).

4. Gesellschaft, Politik und Wissenschaft. Die sich ständig verändernde Welt braucht und erfindet in allen Bereichen neue

Wörter. Entwicklungen in der Technik, in Medizin, in Wirtschaft und Politik gehen mit einem Sprachwandel einher (*Entschleunigung oder entschleunigen* – eine immer schneller Entwicklung, Tätigkeit o. Ä. bewusst verlangsamen (seinen Alltag, das Familienleben, die Finanzmärkte); *Eventgastronomie* – ein Restaurant oder anderer gastronomischer Betrieb, der neben dem eigentlichen Essen künstlerische Vorführungen anbietet).

5. *Werbung*. Mitunter lösen sich Begriffe, die von kreativen Werbetextern eigens dazu erfunden wurden, die Aufmerksamkeit auf ein bestimmtes Produkt zu lenken, aus ihrem engen Kontext. Sie werden dann als Neologismus auch im «normalen Leben» verwendet (*porontief-* aus der Werbung von «Clearasil» (besonders gründlich); *aprilfrisch-* aus der Werbung von «Lenor» (frühlingshafte Leichtigkeit und Frische).

Wir können daher den Schluss ziehen, dass Neologismen ein wichtiger Bestandteil jeder Sprache sind, einschließlich Deutsch. Derzeit beziehen sich die meisten Neologismen auf Informationstechnologie, Technologie und Lebensstil. Es sollte auch beachtet werden, dass eine weitere Untersuchung von Neologismen in deutschsprachigen Zeitschriften möglich ist und als ermutigend angesehen wird, da Neologismen die modernsten lexikalischen Elemente sind.

Literatur

1. Elsen, Hilke (2004): *Neologismen. Formen und Funktionen neuer Wörter in verschiedenen Varietäten des Deutschen*. Tübingen: Gunter Narr Verlag.
2. <http://www.wortwarte.de>.

MOTIVATIONSSYSTEM DER ARBEITER IN DEN UNTERNEHMEN VON DEUTSCHLAND

Л. Г. Родак, студентка спеціальності Управління персоналом та економіка праці, група МЛР-11

Ю. О. Дзекун, науковий керівник, ст. викладач кафедри ділової іноземної мови

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

«Motivation ist der Motor für Tätigkeiten»
Stroebe

Das Herzstück jedes Unternehmens sind seine Angestellten. Um einen nachhaltigen Unternehmenserfolg gewährleisten zu können, ist es wichtig, dass die Mitarbeiter nicht nur ihre Arbeit erledigen,

sondern auch Motivation und Verbundenheit mit dem Unternehmen zeigen. Dabei spielt die Mitarbeitermotivation eine wichtige Rolle in der heutigen Zeit. Die Angestellten eines Unternehmens sollen motiviert sein.

Für das Erreichen von Unternehmenszielen sind nicht nur die persönlichen Fähigkeiten und Fertigkeiten der Mitarbeiter ausschlaggebend. Die Bereitschaft der Mitarbeiter, ihre Kenntnisse zweck- und zielorientiert einzusetzen, ist für den Unternehmenserfolg von ebenso großer Bedeutung.

Es gibt keine einheitliche Definition für das Wort Motivation gibt. Hartmut Laufer versteht unter Motivation die Summe der Motive, die das Verhalten bzw. Denken oder Handeln eines Menschen aktuell bestimmen. Laut Duden online, handelt es sich bei dem Begriff Motivation, um die Gesamtheit der Beweggründe, Einflüsse, die eine Entscheidung, Handlung beeinflussen, zu einer Handlungsweise anregen. Dem Gabler Wirtschaftlexikons zufolge, ist Motivation, der Zustand einer Person, der sie dazu veranlasst, eine bestimmte Handlungsalternative auszuwählen, um ein bestimmtes Ergebnis zu erreichen. Der Begriff der Motivation wird oft auch im Sinn von Handlungsantrieben oder Bedürfnissen verwendet.

Die Motivation ist in zwei grundsätzliche Arten zu unterscheiden, die extrinsische und die intrinsische Motivation.

Die extrinsische Motivation lässt sich als Zustand innerer Anregung ein bestimmtes Verhalten ansehen. Bei der extrinsischen Motivation geht es um Einflüsse, die von außen auf die Motivation eines Menschen einwirken. Diese sind z.B. Geld, in Form von Gehaltserhöhungen oder Prämien, Beförderungen innerhalb eines Unternehmens, oder Statussymbole, wie ein schöner Dienstwagen.

Die intrinsische Motivation bezieht sich auf einen Zustand, bei dem wegen eines inneren Anreizes gehandelt wird. Eine hohe intrinsische Motivation wird oft als Voraussetzung für kreative Leistungen angesehen. Im Gegensatz zur extrinsischen, beinhaltet die intrinsische Motivation, Neugier und Interesse an den unmittelbaren Gegebenheiten der Umwelt.

Ziel dieser Arbeit ist es daher, die Arbeitsmotivation zu erklären und Maßnahmen der Arbeitsmotivation in deutschen Unternehmen zu analysieren.

Arbeitende in Deutschland sind Frustweltmeister. In keinem anderen Land gehen die Menschen so ungern zur Arbeit. Das hat eine globale Studie zur Mitarbeiterzufriedenheit ergeben.

Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer aus 160 Ländern haben Fragen für diese Studie beantwortet – die Arbeitenden in Deutschland sind demnach am wenigsten motiviert.

Gemäß diese Studie wirken auf die Arbeitsmotivation nicht nur die persönlichen Motive der Mitarbeiter, sondern auch die verschiedenen Handlungsmöglichkeiten. Geld ist nicht alles: Den Deutschen ist ein spannender und möglichst stressfreier Job in einem netten Team wichtiger als ein prall gefülltes Konto.

Welche Faktoren bei der Arbeit motivieren die Arbeitskräfte in deutschen Unternehmen am meisten? Laut einer Umfrage unter Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern in Deutschland zu den persönlichen Gründen der Motivation bei der Arbeit, mehr als drei Viertel der Befragten fühlen sich motivierter, wenn sie ein gutes Verhältnis zu ihren Kollegen und Vorgesetzten haben. Gut zwei Drittel haben außerdem mehr Freude am Job, wenn flexible Arbeitszeitmodelle – etwa Gleitzeit – angeboten werden. Mit klarem Abstand auf Platz drei folgt ein gutes Verhältnis zu Kollegen über die Arbeitszeit hinaus. Bei 45 Prozent der Deutschen beeinflusst also auch das „Bierchen nach Feierabend“ die allgemeine Arbeitsmoral positiv. 38 Prozent sind zufriedener, wenn es betriebliche Angebote zur Gesundheitsförderung gibt, beispielsweise Beratungsgespräche. Eine ansprechende Raumgestaltung, etwa schöne Fußböden oder Wandbilder, treibt bei 35 Prozent die Motivation in die Höhe. Nur 33 Prozent dagegen fühlen sich durch Teamarbeit besonders motiviert. Ebenfalls in die Top 10 der Arbeitsmotivation schaffen es kostenlose Getränke (32 Prozent), Pflanzen im Bür (28 Prozent), kleine Geschenke vom Arbeitgeber und eine individuelle Schreibtischgestaltung (beide 24 Prozent).

Das Erste was das Unternehmen tun sollte, ist an seinem Betriebsklima zu arbeiten. Wenn das Betriebsklima verbessert werden würde, würden möglicherweise auch die Mitarbeiter ein Stück weit motivierter zur Arbeit kommen und sich vielleicht auch noch mehr mit dem Unternehmen verbunden fühlen. Es macht mehr Spaß, in einem Unternehmen zu arbeiten, in dem alle Mitarbeiter miteinander auskommen, da sie sich so auch gegenseitig motivieren können

Des Weiteren sollte das Unternehmen bzw. die Führungspersonen daran arbeiten, den Mitarbeitern für erbrachte Leistungen Anerkennung zu schenken, und ihnen auch mehr Feedbacks zu den erbrachten Leistungen zu geben bzw. während der Bearbeitung des Ziels. Die Kommunikation ist demnach ein wichtiger Faktor, welcher

im Unternehmen jedoch schon recht gut ausgeprägt ist. Die Mitarbeiter kommunizieren im Durchschnitt täglich mit ihrem Vorgesetzten, was eine gute Voraussetzung für die folgenden Punkte darstellt.

Kurz gesagt, setzt das Unternehmen, inklusive Führungsebene selbst, die Grundlage dafür, motivierte Mitarbeiter zu schaffen. Denn nur wer es schafft, seine Mitarbeiter zu motivieren, wird zukünftig konkurrenzfähig bleiben und die Mitarbeiter an das Unternehmen binden. Nicht zu vergessen ist dabei – das Herzstück eines jeden Unternehmens sind seine Angestellten.

Die Motivation, insbesondere die Mitarbeitermotivation, stellt ein sehr umfangreiches, aber dennoch interessantes und wichtiges Thema, sowohl jetzt als auch in Zukunft dar. Denn nur wer es schafft seine Mitarbeiter zu motivieren, wird zukünftig konkurrenzfähig bleiben und die Mitarbeiter an das Unternehmen binden können.

Literaturverzeichnis

1. DAK-Gesundheit: DAK-Gesundheitsreport 2015. URL: http://www.dak.de/dak/download/Vollstaendiger_bundesweiter_Gesundheitsreport_2015-1585948.pdf, Stand 22.05.2015.
2. Deutsche Akademie für Management: Zielsetzungstheorie (Locke/Latham). URL: <https://www.akademie-management.de/fernstudium-management/glossarmanagementtheorien/zielsetzungstheorie>, Stand 15.05.2015.
3. Duden Online: Motivation. URL: <http://www.duden.de/rechtschreibung/Motivation>, Stand 08.05.2015 Gabler Wirtschaftslexikon: Motivation. URL: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/motivation.html>, Stand 08.05.2015 Gabler.
4. Wirtschaftslexikon: intrinsische Motivation. URL: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/intrinsische-motivation.html>, Stand 08.05.2015 Göstl.

ENGLISH AS A MEANS OF INTERNATIONAL COMMUNICATOIN

Д. Ю. Романюха, студентка спеціальності Міжнародні економічні відносини, група МЕН МБ 6-11

В. М. Царенко, науковий керівник, асистент кафедри ділової іноземної мови

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

In the past decades English has sweepingly become the most commonly spoken language in the world. Many countries recognize

the importance of English as an international language and use this it for international business, tourism, trade, international, education, different academic conferences, entertainment, science, broadcasting and the Internet. English is now one of those languages which one has got to know in order to be able to function actively in today's world.

Speaking about international communication, let's start with the fact that English is the global language of business today. Moreover, a large number of transnational companies are mandating English as the common corporate language in order to facilitate communication and performance across geographically diverse functions and business endeavors [1]. The English occupies a very important place as language of diplomacy, trade and business. 90 % of world transactions consist in English language. World financial funds, exchanges work, financial giants and large multinational corporations use English regardless of what country they are in. In addition, this popular language plays an official or working role in the proceedings of most other major international political gatherings, in all parts of the world. Examples include the Association of SouthEast Asian Nations, the Commonwealth, the Council of Europe, the European Union and the North Atlantic Treaty Organization [2]. It is important to note that English can increase chances of getting hired and provide everyone with greater opportunities to further his career. A different kind of role for English is encountered at meetings where a lot of nations each has the right to participate using its own language. English is considered a universal language, which often used by people of different nationalities as a common way in order to overcome the language barrier between each other.

An important point is that the English became the language of the XXI century – century of technical progress and information technologies. Today all instructions and programs for new gadgets are written in English. Scientific lectures, articles, reports are published in English. 90 % of Internet resources are in English. Computer keyboards are suited for writing languages using the Latin alphabet, and the hardware for all our smart technology uses English words that have become commonly used around the world, as there was no other alternative in place when the technology spread like fire to the corners of the Earth [3]. Most of information in all spheres is science, sport, news, entertainments – appears in English language. This gives it a natural advantage online and helps account for its widespread use.

From these facts, one may conclude that English is significant means of international communication. It is the dominant business language, which has become a necessity for entering a global workforce, travelling to others countries, working in an international companies and using Internet resources.

References

1. /Tsedal Neeley/ Global Business Speaks English.
2. /David Crystal/ English as a global language, p.104.
3. /April Buchanan/Reasons Why Is English The “Global Language” of Today.

COMMUNICATION PROBLEMS AND SOCIO CULTURAL DIFFERENCES THROUGH A FOREIGNER'S EYE

Safouane Rifaat, КНБ англ-21

Н. С. Руденко, науковий керівник, ст. викладач кафедри ділової іноземної мови

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «полтавський університет економіки і торгівлі»

Cultural diversity makes communication difficult since mindsets differ from a culture to another and that includes language, laws, customs, etc... The way people communicate is usually affected by their culture, and as from my point of view most Ukrainians sound and loud when speaking. Sometimes it feels like an argument is going on but in fact it was a simple conversation. Even the facial expressions or the body language which have had always been important in communication.

Socio-cultural differences cause misunderstandings frequently with those who are not aware with the Ukrainian's culture. The number of presented flowers is important: an even number of flowers is used at funerals, whereas in Morocco, the number of flowers is not taken into consideration.

Many international students must have got a cultural shock the moment they landed their feet on a foreign land, finding themselves in an entirely different environment: it could be the weather, the symbols, the language or even the food. The process of integrating into a new culture never goes as expected, and can never be easy.

Language barriers are the most common communication obstacles which lead to misinterpretations. And being familiar with Latin base

languages cannot be of use in order to understand or learn either Russian or Ukrainian, the vocals are difficult to learn, so is the accent. The choice between learning either one of them was challenging. The majority speaks Russian but there are exceptions with those who refuse speaking it based on political hatred.

Among other barriers, stereotyping or prejudices may lead to misunderstandings or even conflicts which can be avoided when treating each encounter as a unique one and not be biased when thinking.

In conclusion, it is important to be culturally aware when communicating with others, listening and understanding the perspectives of the others which ease communication between both parties.

TIME MANAGEMENT

В. В. Сербін, студентка спеціальності Менеджмент, група МЕН-31

В. Л. Іщенко, науковий керівник, к. філол. н., доцент кафедри ділової іноземної мови,
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Time management is a set of techniques for optimal organization to perform current tasks, projects and calendar events.

Initially, management was attributed only to business or employment, but over time, the term has expanded to include personal activities. The time management system is a combination of processes, tools, techniques and methods. Routine time management is a necessity in the development of any project, as it determines the time of project completion and scale.

Two millennia ago, one ancient Roman philosopher, reflecting on the question “How to evaluate the effectiveness of your past years?” Laid the foundations of the time management we know. It was Seneca with his famous idea of dividing the lived time into bad and good (in our language – wasted and effectively used). At the same time, in his opinion, it would be worth keeping a record of the past tense and at least once a year to sum up the results of the life period lived. Thoughts of the philosopher, it would seem, are good, but they were forgotten for almost 19 centuries. And only in the 19th century the era of industrialization felt with renewed vigor the lack of a system for controlling the time spent on work. Mainly, this issue

concerned the owners of large companies and manufactories, who needed to track the time and efficiency of employees. [1]

In the same period, a new idea appeared – the 80/20 principle, which was put forward by Wilfredo Pareto. 20 % of effective actions bring 80 % of the result, and vice versa: 80 % of ineffective efforts only give 20 % of the result.

Each system has its own key blocks and rules of operation. Time management, as a practice of managing one's time, also has basic components that must work in an integrated way. These are:

- planning and goal setting;
- setting priorities and deadlines for each task;
- analysis of time resources costs;
- compiling lists;
- self-organization and delegation;
- exclusion of unnecessary tasks.

In general, time management is a set of tools and methods necessary for everyone who wants to manage their life, be productive and just happy.

Список використаних джерел

1. Що таке тайм-менеджмент: особистий тайм-менеджмент або як управляти своїм часом [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://blog.agrokebety.com/chto-takoyetaym-menedzhment>. – Назва з екрана.
2. Албасова Л. Н. Технологии эффективного менеджмента / Албасова Л. Н. – Москва : «Издательство Приор», 2010. – 228 с.
3. Кови С. 7 навыков высокоэффективных людей: Мощные инструменты развития личности / С. Кови. – 7-е изд. – Москва : Альпина Паблишер, 2012. – 374 с.

COMMUNICATION IN BUSINESS WITH NATIVE SPEAKERS OF OTHER LANGUAGES IN UKRAINE

О. С. Супрунець, студент спеціальності Міжнародні економічні відносини, група МЕН МБ 6-11

В. М. Царенко, науковий керівник, асистент кафедри ділової іноземної мови

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Business communication is the process of sharing information between people within and outside a company.

Effective business communication is how employees and management interact to reach organizational goals. Its purpose is to improve organizational practices and reduce errors. The importance of business communication also lies in:

- ✓ Presenting options/new business ideas.
- ✓ Making plans and proposals (business writing).
- ✓ Executing decisions.
- ✓ Reaching agreements.
- ✓ Sending and fulfilling orders.
- ✓ Effective meetings.

Types of business communication.

✓ Upward communication: any communication that comes from a subordinate to a manager. Or from another person up the organizational hierarchy.

✓ Downward communication / Managerial communication: anything that comes from a superior to a subordinate.

✓ Lateral communication/Technical communication: internal or cross-departmental communication between coworkers

Methods of business communication:

1) Web-based communication; 2) Surveys; 3) Customer management activities; 4) Presentations; 5) Reports and official documents; 6) Face-to-face meetings; 7) Forum boards and FAQs; 8) Telephone meetings; 9) Video conferencing.

Media channels for business communication:

1. Internet. 2. Print media. 3. Radio. 4. Television. 5. Ambient media. Word of mouth.

Business communication focuses primarily on achieving goals/aims and, in the case of a public company or organization, increasing dividends of shareholders

Business communication is a common topic included in the curricular of Undergraduate and Master's degree programs at many colleges and universities.

Basic elements of Business communication:

- ✓ Sender.
- ✓ Business information.
- ✓ Receiver.
- ✓ Feedback.

The main problem of communication in business with native speakers of other languages in Ukraine is ignorance English language by people in business. True way for Ukrainian businessman and businesswoman is learn English and English speaking personnel.

Список використаних інформаційних джерел

1. <https://studiousguy.com/business-communication/>
2. <https://www.nextiva.com/blog/what-is-business-communication.html>.

ЕФЕКТИВНІСТЬ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ-ФІЛОЛОГІВ ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ ВЕБ-РЕСУРСІВ

В. О. Тарасовська, студентка спеціальності 014. Середня освіта. Мова та література (англійська)

О. М. Биндас, науковий керівник, завідувач кафедри романо-германської філології, к. пед. н., доцент
Державний заклад «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка»

На сьогодні самостійна робота студентів-філологів займає до 60 % загального обсягу навчального часу, регламентованого навчальним закладом. Відповідно до цього постає питання організації максимально ефективного процесу самостійної роботи.

Запорукою ефективності такого навчання є освітні веб-ресурси – електронні засоби навчання, основою яких є веб-технології, використання яких дає змогу здійснювати опрацювання веб-ресурсів (текстових, графічних, звукових, відеоресурсів), зв'язаних між собою гіпертекстовими зв'язками і розміщених у веб-просторі комп'ютерних мереж (локальних чи глобальних) [1, с. 149].

Важливою категорією освітніх веб-ресурсів є *сервіси для пошуку, перегляду та обробки навчального відеоматеріалу*. Довіреною платформою для перегляду відеоматеріалів навчального спрямування є *YouTube*, де є доступна пошукова система, яка дозволяє за ключовими словами знаходити релевантні відео.

Ще одним елементом класифікації освітніх електронних джерел є *веб-ресурси навчання аудіювання*. Якісними веб-ресурсами цієї категорії можна вважати аудіо продукти *BBC6 minute English*, *BBC Podcasts*, *TED Talks*, *BBC Україна*, *CNN*, *British Council Listen and Watch*.

Наступною категорією веб-ресурсів з освітнім компонентом є *сервіси для створення, збереження та оформлення мультимедійних файлів*. Їх використання допоможе активізувати процес навчання шляхом застосування привабливих і швидкозмінних форм подання інформації (анімація, колір, звук тощо) та поліпшити сприймання матеріалу за рахунок наочності.

Зручним у використанні освітнім ресурсом є *Inspiration.com* – веб-ресурс, що допомагає візуалізувати навчальний процес шляхом створення діаграм, карток та схем. Сервіси *PowToon*, *Knovio*, *Zentation*, *Google Presentations* є досить результативними прикладами веб-ресурсів цієї категорії.

Онлайн-середовища *Bubbl.us*, *FreeMind*, *Gloster*, *Padlet* дають студентам змогу створювати карти пам'яті, яка в подальшому може використовуватися для узагальнення теоретичного матеріалу на лекційних або для обговорення й сумісного редагування на практичних заняттях.

Веб-ресурси з вправами на закріплення матеріалу та ділові ігри з методичними рекомендаціями є наступними категоріями класифікації. Сервіси *ManyThings* або *Kahoot!* мають на меті закріплення знань отримувачів освіти шляхом виконання різноманітних вправ у безкоштовному доступі.

Освітній процес не буде довершеним без складової частини контролю, тож ще однією категорією видового різноманіття освітніх ресурсів мережі є **веб-ресурси контролю знань**. За кредитно-модульною системою у ЗВО поширеним видом контролю в процесі навчання є тестування. Веб-ресурси *British Council*, *IlseEnglish*, *English Language Center*, *ЗНО.освіта* спрямовані на виявлення рівня знань студентів шляхом проходження тематичного тестування з попереднім вибором рівня складності або без нього.

Останньою, але не менш важливою категорією класифікації веб-ресурсів з освітнім компонентом є **веб-ресурси організації комунікації**. Сервіси *Line*, *Liphone*, *Viber*, *Zoom*, *Microsoft Teams*, *Google Hangouts*, *Skype*, *Gmail*, є засобами організації двостороннього зв'язку між студентами та викладачем. Деякі веб-ресурси цієї категорії мають додатки для стаціонарних та мобільних пристроїв, що спрощує користування ними.

На рис. 1 зображена діаграма, яка ілюструє співвідношення прикладів кожної категорії класифікації.

Як бачимо, найчисленнішими групами класифікації є веб-ресурси організації комунікації, навчання аудіювання та хостинги для пошуку, перегляду та завантаження електронних текстових видань.

- Хостинги для пошуку, перегляду та завантаження електронних текстових видань
- Сервіси для пошуку, перегляду та обробки навч. відеоматеріалу
- Веб-ресурси навчання аудіювання
- Сервіси для створення, збереження та оформлення мультимедійних файлів
- Веб-ресурси з вправами на закріплення матеріалу
- Веб-ресурси з діловими іграми
- Веб-ресурси контролю знань

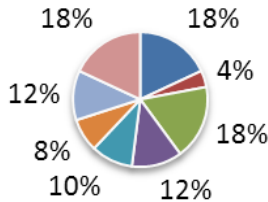


Рисунок 1 – Освітні веб-ресурси

У кожній із зазначених груп освітніх веб-ресурсів було вказано лише найбільш використовувані в підготовці студентів-філологів, загалом же їх кількість значно більша. Функціонал кожного веб-ресурсу автентичний. Один ресурс може вміщувати в собі тематичне наповнення однієї або декількох категорій класифікації. Кожен із зазначених різновидів характеризується комплексним призначенням і його використання в процесі фахової підготовки педагога не обмежується лише самостійною роботою здобувачів ступеня вищої освіти. Подана класифікація та стисло описана характеристика веб-ресурсів освітнього призначення значно оптимізує процес впровадження інформаційно-комунікаційних, зокрема мережевих, технологій у практику фахової підготовки студента-філолога.

Список використаних інформаційних джерел

1. Гуревич Р. С., Кадемія М. Ю., Козяр М. М. Інформаційно-комунікаційні технології в професійній освіті : монографія ; за ред. Р. С. Гуревича. Львів : Сполум, 2012. 380 с.

MUSIC UNITES

Т. А. Тихомирська, студентка спеціальності Філологія, група ФІЛ6-21

В. Л. Іщенко, науковий керівник, к. філол. н., доцент, завідувач кафедри ділової іноземної мови, Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

The problem of racism has become acute for humanity in recent years. There was a hatred of non-European races. For example, Asia. Nevertheless, people are trying to eliminate this inequality of society. Music came to the rescue.

K-pop is a music genre that originates from South Korea. Since the last 5 years, it has gained more and more fans who do not treat the Asian appearance as sharply as it used to. Times are changing and humanity is becoming friendlier.

So, how did it start? K-pop has become a truly global phenomenon thanks to its distinctive blend of addictive melodies, slick choreography and production values, and an endless parade of attractive South Korean performers who spend years in grueling studio systems learning to sing and dance in synchronized perfection. South Korean artists have hit the Billboard Hot 100 chart at least eight times.

Today, BTS ranks first in K-pop. However, what is the matter? BTS are a Korean pop group made up of seven members: Jin, Suga, J-Hope, RM, Jimin, V and Jungkook – who come from all over South Korea. They launched in 2013 and have since rocketed to global stardom. Over the years, the group has produced material around various themes starting with the 'School' trilogy. BTS is the biggest K-pop group internationally - and it does not look like they are stopping any time soon. According to Billboard, their album 'Love Yourself: Tear', which is sung in Korean, became «the first primarily foreign-language No 1 album in over 12 years». Not only has that, but also many people said that the subject of their music has played a part in their success. While many K-pop songs are about relationships and love, BTS cover subjects that other bands may not like bullying, elitism and mental health. No band can have success without its fans and BTS has some of the most loyal, dedicated fans that the world has ever seen with 19.4 million followers on Twitter and 23.7 million on Instagram. Known as the ARMY, it was the fans

who cast an unbelievable 300 million online votes to ensure that the group won their Billboard award. In addition, in autumn 2017, they watched the video for 'DNA' 50 million times on YouTube in just one month!

Moreover, this boy band took advantage of the spotlight to urge young people to join global efforts against discrimination and poverty. They made an impassioned plea at the United Nations for young people to find their voices to help shape the future. BTS leader Kim Namjoon, aka RM, spoke for the group to help launch a UNICEF campaign called «Generation Unlimited», outlining the issues that they, their fans and young people around the world face today and the need to step up. «I want to hear your voice; I want to hear your conviction. No matter where you're from, skin color, gender identity, just speak yourself. Find your name (and) find your voice», said Namjoon, 24, in a speech that went viral on social media.

Therefore, as we see, K-pop has a very big influence. Most importantly, this impact is positive. We can assume that music unites people, because thanks to it we move away from everyday affairs and just enjoy the melody.

Список використаних інформаційних джерел

1. <https://www.vox.com/culture/2018/2/16/16915672/what-is-kpop-history-explained>.
2. <https://www.bbc.co.uk/newsround/45721656#:~:text=BTS%20are%20a%20K%2Dpop,since%20rocketed%20to%20global%20stardom>.

WAYS OF OVERCOMING OF THE LANGUAGE BARRIER WHILE COMMUNICATION WITH FOREIGN CLIENTS

В. С. Ткаченко, студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б-14

В. В. Чабан, науковий керівник, асистент кафедри ділової іноземної мови

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки й торгівлі»

All nations are different, unique and equal. Society needs peace, civic harmony, tolerance, understanding, civilized norms of relations between people, because national relations in the modern world shape the development of nations, their struggle for equality and

independence. The facts show that such different people are united in a single community by a single universal culture, which arises on the basis of a holistic world. As globalization and communication bring the world closer together, the need for world citizens who speak other languages is becoming increasingly urgent. Since beginning of the 21st century English has become a language of international communication. It has spread into most branches of business. In the light of globalization, we can see that more and more business companies, organizations, and especially catering establishments face with the similar problems while using English for international communication. The most common is the language barrier.

This barrier is a serious obstacle to the establishment of effective business cooperation and human relations between English native speakers and those people who use English as their second or even the third language. This is an important topic for students of hotel and restaurant business specialty, because their future profession predetermines that they will also serve foreign clients. In practice a lot of hotel and restaurant workers face this problem when they start their career path. So, they have to search ways of overcoming that problem. But it is also worth mentioning speech disorders, ie physical barriers to speech, such as stuttering, dysphonia and hearing loss. They do not affect someone's ability to understand and do their job, but it can make communication more cumbersome.

To overcome the language barrier at the workplace first that one can do is using of the simple language. That is, you do not need to use big words, jargon and esoteric vocabulary – it just confuses the interlocutor and a barrier can arise for him/her, because he/she possibly will not understand what you are talking about. An essential part is following a culture of simple speech. Another good option is to hire an interpreter who will help one to understand a person who speaks different language. But trying to overcome barriers this way isn't efficient for self-development, those who use given approach should remember that help of interpreter can be only short-time solution. One of the most effective ways is a visual method of communication. That is, when one wants to explain something, but does not know how to express his/her opinion then he/she uses pictures or diagrams in order to explain complex words and statements. Next method is repetition. Sometimes in order for a person to understand you, you need to repeat sentence or phrase again. Do not expect your opinion to be remembered, this is rare, people usually

grasp the thoughts that have some sense for them, sometimes it is not that are needed. Finally, one should be patient and respect the interlocutor. Human always need patience, understanding and honesty to overcome the language barriers, because when we do that thing and we want to get a great result in the end, we need to work hard and make a lot of effort. Make sure that when communicating you do not raise your voice and do not speak too fast, speak more slowly, not louder, say the words clearly, not persistently. Also you shouldn't forget about speaking accuracy and fluency.

Although the language barrier is a difficult problem, much effort, and communication with people of different cultures and backgrounds, constant communication, cooperation, respect – these are the things that drive innovation, creativity and success. Do not be afraid of people of different communications. Do not let language barriers prevent you from embracing everything a job can offer.

THE ROLE OF ENGLISH IN BUSINESS

Ю. Туменко, студентка спеціальності Міжнародні економічні відносини, група МEB МБ 6-11

В. М. Царенко, науковий керівник, асистент кафедри ділової іноземної мови

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

We are living in a world of all the time growing levels of globalization, interconnectivity. All over the world, there are business relationships between companies, which creates a need for a formal speech. When you learn business English, you will remember how international companies cooperate, do business, and build professional relationships. At one time, improving your level of business English can have a massive impact on your future career, allowing you to advance in your career faster than you expected.

Excellent business English can often help you get jobs you wouldn't have been able to get without it. Nowadays, to take an absorbing and well-paid position in international business, you need to be able to confidently demonstrate your skills in different areas in the business environment. Even smaller companies, more frequently than not, do business with their foreign partners and, consequently, require their employees to have the skill to communicate freely both in written and spoken English.

Working in an office is all about teamwork and collaboration. Even if you are an introvert, you will have to interact with your colleagues. And that is going to be challenging if you do not know the speech they speak very well. In the worst case, it can even lead to misunderstandings that jeopardize your work.

As mentioned before, business English is necessary for effective communication. You cannot make a successful presentation to your team or lead a board meeting if you speak in your native language but foreign to others. You are the necessity to talk the «common tongue». So you can translate your thoughts and ideas into coherent (clear and logical) sentences that everyone can realize and reply to.

Thus, we conclude that just being a skilled worker is not enough. Modern companies, which for some reason have not yet entered the international market, clearly endeavor to do so. And even if a person has several diplomas from university or colleges. But zero known of the language – it is unlikely that he will become a leading candidate for this or that position.

English has developed to become the universal speech for business around the world. English unites people and companies from different backgrounds, countries, and languages and allows them to communicate clearly and effectively. That is why Business English is so necessary to study if you wish to work in this sector. Having an excellent grasp of English will be an appealing asset to employers.

Unlike colloquial language, breaking the speech norms has long become commonplace, formal English cannot authorize inaccuracies and ambiguities. How clearly you articulate your message determines how well your interlocutor understands and reacts to it.

If you want to conquer the world, English is the only language that can help you do so. Being knowledgeable in various fields is an appealing quality for a business partner. And English is the speech of news, politics, entertainment, and favorite culture. If you can demonstrate an excellent command of English along with information on current affairs, then the world will be closer than you think.

To summarize, knowing English is a must for job seekers and employees because it is the language of business. As we've seen, because of globalization, employment has to sell and purchase products abroad. Therefore, it's necessary to have a daily speech to communicate because it's easier to set up successful communication. Consequently, nearly every work nowadays requires knowledge of

English, and mastery of language can be the doorway to achieving an excellent job.

References

1. Ball, J. (2012, eight 25). English language 'originated in Turkey'. BBC News. Retrieved from <http://www.bbc.com/news/science-surroundings-19368988> Garcia, J. P. (2015, nine 28).
2. Universidad Justo Tierra. Retrieved from <http://www.universidad-justosierra.edu.mx/wordpress/importance-of-english-in-the-workplace/> Interactive, L. (2014).
3. BBC. Retrieved from http://www.bbc.co.uk/history/british/launch_tl_ages_english.shtml Jyothi. (2012, 05 16).
4. Importance of English in employment. Deccan Herald. Retrieved from <http://www.deccanherald.com/content/249714/importance-english-employment.html>.

PERSONNEL POLICY

М. Г. Хало, студентка спеціальності Менеджмент, група МА м-11

В. Л. Іщенко, науковий керівник, к. філол. н., доцент кафедри ділової іноземної мови

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

A personnel policy is a preplanned course of action establishing a guide to work toward acceptable outcomes and objectives. Personnel policies are the rules that govern how to deal with a human resources or personnel related situation.

Personnel policy is a set of principles, methods, and it forms organizational mechanism for the formation, reproduction, development and use of personnel, creation of optimal working conditions, its motivation and stimulation

The main task of personnel policy is ensuring that the interests of every employee of the enterprise are taken into account. Personnel policy defines the goals that affect the company's relationship with the external environment, as well as goals related to the company's attitude to their employees. Personnel policy is implemented by strategic and operational management systems.

The goals of personnel policy are divided into economic and social.

Economic goals are those that mean to achieve an acceptable ratio between costs and results.

They are needed to optimize the proportion between these costs, on the one hand, and labor productivity, on the other hand.

Social goals mean improving the material and intangible situation of staff of enterprises. To a greater extent this applies to wages, reduction of the working time, social expenditures, job creation and opportunities for employees to participate in decision-making.

The constituent elements of personnel policy are:

1) employment policy, i.e. involvement of highly qualified staff, creation of good, safe working conditions, opportunities for career growth, employee satisfaction;

2) the learning policy creates training bases for advanced training and career advancement of staff of enterprises;

3) wages, provision of wages higher than in competing firms, respectively, following the rules on qualification requirements for the employee and his/her abilities;

4) welfare, means providing more attractive social opportunities to their workers, benefits in relation to other employers;

5) employment policy, is designed to prevent conflicts between employees.

Personnel policies may differ significantly from organization to organization, but they must contain instructions and rules for dealing with issues and overcoming obstacles that may present themselves both during normal working days and under extraordinary circumstances.

Personnel policies should be written in clear, understandable language, so that everyone knows exactly what they mean. It is extremely important that everyone in the organization must be reasonably familiar with these policies, and that they always must be readily available to any employee.

Each organization should carefully consider what policies it requires and how they should be worded. When developing policies, it is important to always consult an expert who is very knowledgeable about federal, state/provincial and local laws regarding employment practices.

Many organizations develop their policies first by closely reviewing policies of organizations with similar programs and services but personnel policies should be consistent with your beliefs and mission.

The basic principle of personnel policy is governed by the law “Treat people the way you want them to treat you”. If you think carefully about this issue when developing organizational policy, you’re much more likely to succeed in your mission.

A good personnel policy will help match each employee in the correct position and make your company into an organized and coordinated team. It outlines job training for each position, and following the guidelines should make every employee fully prepared for their work. Personnel policies create security within the opportunity, and provide incentive and recognition. Explicit policies help your employees perform their jobs at their best and work toward career goals and the future.

In summary, personnel policies govern the ways in which staff members interact with an organization and with one another. They protect both workers and the organization, and set the tone for what it’s like to work in a particular place. Personnel policies should be written in clear, understandable language and should cover three areas: employer expectations, employee expectations and administrative issues. The clearer those policies are, the more effective they will be.

List of used information sources

1. Кадровий менеджмент : навч. Посіб. / З. М. Пушкар, Б. Т. Пушкар. – Тернопіль : Осадця Ю. В., 2017. – 210 с.
2. Шаповал О. А. Кадрова політика та шляхи її покращення / О. А. Шаповал // Економіка і суспільство. – 2017. – Вип. 9. – С. 712–715.
3. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ctb.ku.edu/en/table-of-contents/structure/hiring-and-training/personnel-policies/main>.
4. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://managementhelp.org/personnelpolicies/policies.htm>.

SOCIAL INTERACTIONS IN HOSPITALITY BUSINESS: SPECIFICS AND PROBLEMS

Д. О. Черненко, студентка спеціальності *Готельно-ресторанна справа, група ГРС 6-42*

С. О. Горбуньова, науковий керівник, асистент кафедри *ділової іноземної мови*

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Social interaction – is a form of social connections that is realized in the exchange of activities, information, experience, abilities, skills, and in the mutual influence of people.

Social interaction skills are required for hotel business employees:

1. Professional competence based on knowledge and abilities. The manager must be able to do what is required of an employee. This means that he must be an example in his work.

2. Social competence that involves knowledge in the field of management psychology (knowledge of people). Since the manager achieves the result of his work by influencing others, firstly he needs knowledge of social psychology, modern management approaches and features of the profession. The ability to motivate employees is a prerequisite for productive teamwork.

3. Conceptual competence – means the ability to recognize problems and solve them. In addition, the employee must be able to distinguish between significant phenomena and processes occurring in the hotel, from insignificant. Thus, the conceptual competence of the manager involves a developed sense of the main thing, the ability to analyze, take into account trends and patterns [1].

We believe that these skills need to be learnt in higher education establishment, because during practice we understand more how to behave in any situation. And also improve the acquired knowledge in practice.

The Ukrainian hotel market is quite attractive for foreign investors, as the payback of the project is about 8 years, which is an order of magnitude lower than in European countries.

An alternative to solving the problems of the hotel business in Ukraine is the creation of hotel networks that allow the introduction of high standards of service.

There are only 16 hotel chains in Ukraine, which include such as Reikartz Hotel Group, Radisson Blu Hotels & Resorts, Renault, Swissotel Hotels & Resorts, Ramada Worldwide and others. The top ten hotel chains in the world include InterContinental Hotels Group (UK); Wyndham Worldwide (USA); Hilton Hotels Corp. (USA); Marriott International (USA); Choice Hotels International (USA); Accor (France) (USA); Best Western International (USA); Starwood Hotels & Resorts Worldwide (USA); Carlson Hospitality Worldwide (USA); Global Hyatt Corp. (USA) [2].

The quality of service in the hotel is influenced by the following factors:

1. Condition of material and technical base.
2. Advanced service technology.

3. High professionalism and competence of the staff, their ability and willingness to serve the guest clearly, quickly and appropriately. In addition, employees must be ready to resolve any conflict situation, because each guest is individual and has their own views on service.

Situations can be varied, from the most ordinary (the guest is not satisfied with the creak of the door in the room; after ordering food in the room brought other dishes, by mistake) to the most absurd (one of the famous footballers complained that in his luxurious hotel room overlooking one from the best beaches he heard the sound of the sea, which prevented him from sleeping).

4. Service quality management, which involves the development and implementation of quality standards, staff training, control, adjustment, improvement of service in all areas of the hotel. This is the most important factor in the quality of service in modern hotels. Moreover, it proves that social interaction is an important part of working in this area.

The choice of staff should be treated very carefully and take into account the following factors:

1. Qualification, which means that all service personnel and managers must be trained and have knowledge of a foreign language.

While studying at the university students studied several subjects that help to interact with other people. Namely: «Ethics of communication and communicative practices», «Practical psychology», during which various situations with the interaction of the employee and the guest were considered.

2. Behavior. The staff of all categories of hotels must be able to create an atmosphere of hospitality at the enterprise, be ready to kindly comply with the requests of residents, to show patience and restraint.

3. Medical requirements. Staff of all categories of hotels must periodically undergo a medical examination to obtain the appropriate certificate.

4. Uniform. Staff of all hotel categories who come into contact with residents must wear a uniform, in some cases the uniform includes a personal badge indicating the name and surname. It must always be clean and in good condition.

In conclusion, it can be stated that the hotel industry in Ukraine is developing quite rapidly, but compared to the tourist countries of the world the number of Ukrainian hotels is insignificant. The solution to

the problems of the hotel business is to create hotel networks that allow you to implement high standards of service [3].

At the present stage of development, the hotel business in Ukraine has a number of certain problems that are obstacles to the formation of European standards of service quality in the hotel industry. The main ones are:

- a small number of international class hotels;
- insignificant amounts of investment in the construction of new hotels;
- Insufficient number of qualified specialists in the field of hotel management and service;
- low level of competition in the hotel market due to the lack of corporate standards for quality management of hotel services;
- high level of taxes.

Список використаних інформаційних джерел

1. Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва : навч. посіб. / П. Р. Пуцентейло. – Київ : ЦУЛ, 2007. – 300 с.
2. Марцин Т. О. Проблеми та перспективи розвитку готельного господарства України / Т. О. Марцин, Т. В. Бурак // Матеріали міжнародної науково-практичної конференції. – Київ : КНТЕУ, 2014. – 391 с.
3. Данько Н. І. Управління якістю готельних підприємств в Україні / Н. І. Данько // Проблеми економіки. – 2011. – № 1 – С. 67–72.

СЕКЦІЯ 5. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЛІНГВІСТИКИ

UKRAINIAN LOCALIZATION OF THE COMPUTER GAME DOTA UNDERLORDS

E. A. Levoshko, student majoring in Philology, group Phil-42

T. H. Korol, scientific supervisor, associate professor of the Department of Ukrainian, Foreign Languages and Translation, PhD Higher Educational Establishment of Ucoopspilka «Poltava University of Economics and Trade»

This article will be of interest to those who are not averse to spending their free time playing computer games. What if they are localized in your own language? Great, isn't it? I would like to take a closer look at the localization process using the example of Dota Underlords. But more on that later.

First, what is localization? According to some relevant sources, localization is the translation and cultural adaptation of a product to the characteristics of a specific country, region or population group. The goal of localization is to create an enjoyable and convenient gameplay for the end user, taking into account the cultural characteristics of their region, but adhering to the original concept of the game.

It's worth noting that games are localized using various specific software. The most popular software for game localization is Lingo-bit Localizer, which does an excellent job: 1) supports the most popular platforms and formats (Win32 / MFC, .NET, Delphi, Java applications, XML format); 2) helps to identify most errors typical for localization (grammatical and punctuation ones, text location outside the element, repetitive or incorrect «hot keys», overlapping dialog elements); 3) provides viewing the history of changes, as well as comparing projects when updating the translation; 4) looks for a wrong translation causing an error or crash in a localized application, etc.

Game development is a lucrative business. But you can make a profit if the games are bought. Based on this logic, the game developer takes localization seriously. The game is translated, first of all, into those languages that will help to sell it in certain countries. Is Ukraine included in the list of the countries with the highest rates of

game sales? No. User statistics shows that there are not enough gamers in Ukraine for a publisher to think seriously about localizing games into Ukrainian. Another problem on the road to mass localization is piracy. Pirate sites are still very popular with people who do not want to pay money to play games. Therefore, the developers believe that there is a high level of poverty in Ukraine and it is not worth focusing on the Ukrainian market, since the localization of games is a very expensive enterprise that should pay off. In addition, many games have Russian localization and, as practice shows, Ukrainians are quite happy with this.

So is Ukrainian localization really necessary? There is no clear answer to this question yet. But, despite some still low indicators, the number of Ukrainian users of gaming platforms is growing every year, which encourages volunteer fans to engage in their favorite projects on their own. As a result, developers are paying more and more attention to Ukrainian users and to the increased demand for localizing games into Ukrainian. This led to several Ukrainian releases: S.T.A.L.K.E.R, Alien: Isolation, Sherlock Holmes: The Devil's Daughter, Metro, Star Conflict, Dota 2, etc.

And just recently the hands of localizers have reached Dota Underlords. Dota Underlords is a free strategy video game developed by Valve. Battles are automatic. Your task is to choose the right composition of Heroes, correctly place them on the field and supply them with the necessary items. The match simultaneously involves 8 subordinates of the White Spire, fighting for power. The match lasts several rounds against other players or artificial intelligence.

To be honest, the Ukrainian localization of Dota Underlords made me incredibly happy. The translators did their job well. In this game, only the shortcuts, toolbar, menu options, partly the names of the items and artifacts in the store, as well as the names of alliances have undergone literal translation. But this is not where I would like to draw your attention.

Dota Underlords will surprise you with a variety of hero names. Some of them succumbed to transliteration, namely those that do not have a purely English origin, such as: Abaddon - Abaddon, Sven - Sven, Chen - Chen, Jakiro - Jakiro.

As for me, the names can be considered ideally translated: Bounty Hunter – Головоріз, Enchantress – Чарівниця, Lone Druid – Самотній Друїд, Witch Doctor – Знахар, Chaos Knight – Лицар Хаосу, Crystal Maiden – Кришталева Діва, Undying – Невми-

рущий. But, for example, Shadow Fiend (Тінистий Дух), I would translate as Тінь or Тіньовий Дух, Bloodseeker (Кривавий Жрець), I would suggest changing into Кровопивця, since the word «Жрець» causes me to associate it with the absorption of food. Omniknight (Вселищар) is a completely inappropriate translation, complex and brain-blowing. Perhaps they should have called him, like Всевидюще Око?

As you can see, localizing a game is a rather complex type of translation that requires more than just knowing the language. But we would still like to see the Ukrainian language in the games we play. However, the Ukrainian gaming market will not become profitable for foreign companies as long as piracy continues to flourish in the country. So do not forget to support developers by purchasing licensed products.

ALLITERATION RENDITION IN AMATEUR TRANSLATIONS OF THE POEM «THE HILL WE CLIMB» BY A. GORMAN

K. I. Dashko, student majoring in «Philology», group Phil m-11

T. H. Korol, scientific supervisor, associate professor of the Department of Ukrainian, Foreign Languages and Translation, PhD Higher Educational Establishment of Ucoopspilka «Poltava University of Economics and Trade»

Taking into account a strong demand for the translation of modern English poetry, we have chosen Amanda Gorman's poem as the subject of our research due to its deep despair and courage. Here it should be noted that she is an American poet and activist. Her work focuses on issues of oppression, feminism, race, and marginalization, as well as the African diaspora. Gorman was the first person to be named National Youth Poet Laureate. In 2021, she delivered her poem «The Hill We Climb» at the inauguration of U.S. President Joe Biden.

The competition for the best Ukrainian translation of Amanda Gorman's inaugural poem has finished recently, the judges selected three laureates, namely Anna Malitska from Odessa, Yulia Sheket from Kyiv and Halyna Pekhnyk from Lviv. In total, there were 118 translations.

The organizers of the competition say that the theme of the poem is important for Ukraine is no less than for America. A poet, translator and journalist Taras Molkovych, an editor and radio host

Andriy Kulikov determined the main criteria used for the poem translation quality assessment. They included source and target text compatibility and complementarity, ability to get the reader engaged from the first lines, rendition of alliteration as phonological stylistic device, rhythm and form reproduction, play of words recreation, and clear image rendition. However, in our personal opinion, the most important thing is to transfer all the images and emotions created and intended by the author.

We found the alliterations, so-called «play» of words and the brightest images in the source text and compared the examples from participating translations and our translation of the poem. We reviewed many translations but analysed three of them, including ours. Unfortunately, the translators did not even try to convey the poem's alliterations. «*Benevolent, bold, fierce and free...*» was translated by the first author as «... цілісна, вільна, доброзичлива, але відчайдушна й завзята ...» and by the second as «... ціла, доброзичлива, але смілива, люта і вільна...». We have translated this line as «... *безумна й безстрашна, розкована й вільна...*» As you can see, we have managed to apply alliteration only in the first part.

It is very hard, to transfer both image and essence at a time. The first and second authors rendered the literal content of the weapon as an instrument of murder and hands. And «... *the norms and notions of what just is isn't always just-ice...*» was translated by the first author like «... *стоятимуть міцною або хиткою кригою...*», and by the second like «... *дають нам змогу справедливість на собі відчуту...*» We have translated as «... *що мають право у суддів не завжди виявляються правосуддям...*» Perhaps, due to an attempt to convey alliteration, the result was not entirely correct. In this case, you will have to choose between alliteration with witty text, or grammatically correct text without alliteration.

As for image rendition, the deal is much easier. Nevertheless, agree, it is hard to transfer absolutely each and every image. The rendition of the images and feelings may even be the most important in poetry. You can transfer alliteration, but as a result you can twist everything. However, the images and feelings created by the author are the most important thing in translation. For example, «...*Then victory won't lie in the blade...*» was translated by the first author like «... *Ще не раз ми зазнаємо поразки, але вже не з загостреним лезом...*», and by the second like «... *Тоді перемогу здобу-*

демо не кров'ю...». We have translated as «... що перемога не на кінчику ножа...». Each author emphasized this image, no doubt all authors tried to do it in their own way. Summing up, must admit the fact that there are no wrong or right translations.

References

1. Abbasi J. & Manafi A. (2004). «Strategies of Poetry Translation: Reconstructing Content and Form». Translation Studies, Vol. 1.
2. Deedari, R. & M. Mansouri. (2004) Understanding Poetry. Tehran: Rahnema.
3. Gorman A. (2021). The Hill We Climb. Retrieved from: <https://www.theguardian.com/us-news/2021/jan/20/amanda-gorman-poem-biden-inauguration-transcript>.

UKRAINIAN TRANSLATION PECULIARITIES OF QUALITY STANDARDS IN SOFTWARE AND SYSTEMS ENGINEERING

O. V. Kyrychenko, student majoring in Philology, group Phil m-21

T. H. Korol, scientific supervisor, associate professor of the Department of Ukrainian, Foreign Languages and Translation, PhD Higher Educational Establishment of Ucoopspilka «Poltava University of Economics and Trade»

The topicality of the chosen research is explained by the need for the translation of quality standards in software and systems engineering into Ukrainian as important sources of information and knowledge for students, instructors, software, and quality assurance engineers. The International Standard ISO/IEC/IEEE 29119-2:2013 «Software and systems engineering – Software testing. Part 2: Test processes» was chosen as a research subject since the specialists have faced serious problems regarding available sources of information in this field.

The translation of these types of texts requires a high level of background knowledge and mastery of the relevant terminology. In general, like in any other type of specialized translation, a high level of the source language competence is also needed. The translation is always based on the source text comprehension and interpretation.

In case of quality standard translation, there is no need to look for renditions of various metaphors and other stylistic devices. Since the investigated source text belongs to scientific style, it is characterized with precision, unemotionality, and impersonality of information delivery. The target text should reflect and manifest such

features as close to the source text as possible. In general, the linguistic peculiarities of the scientific texts include [1]: 1) the use of impersonal verb forms (about 50 % of all verb forms); 2) the domination of passive voice; 3) the frequent use of personal verbs in temporal forms; 4) the widespread use of adverbs with -ly (normatively, similarly, especially, independently); 5) the grammatical tense form in the scientific style often conveys not temporal but semantic relations, which indicates the desire to increase the informativeness of the scientific text not only through the use of appropriate vocabulary but also grammar; 6) the widespread use of plural nouns (standards, descriptions, levels, processes, activities, tasks, items, etc); 7) abbreviation involvement (TD – Test Design, TP – Test Planning); 8) prevalence of attributive structures; adjectives presented in the postposition (rights reserved, information contained, conditions provided); 9) infinitive used in the function of definition; 10) omission of the article; 11) use of nouns in the attributive function (Test Incident Reporting Process, Test Procedure Specification, Test environment readiness report); 12) using Participle II with prepositions (to be executed for, to be modified in, to be exercised by).

In addition, there is a high frequency of use of auxiliary words (at least a third of all words in the text), which is explained by their role in the formation of logical connections, joining individual parts of a sentence together. There is also an increased nominative usage (nominal parts of speech make up to 50 % of the total number of lexical units).

According to the functional and stylistic features, the vocabulary of scientific texts is divided into commonly used, general scientific, and specialized terminological. The first category of vocabulary is represented in the texts most numerically. Terminological vocabulary has a fairly clear definition. It is clear that the presence of terms signals the scientific nature of the text. The general scientific vocabulary includes words that underlie scientific deduction, convey the concept of various sciences, while specialized terminological ones identify the source text domain. At the syntactic level, there is a tendency to more common and longer sentences (Similarly, the test management processes being used on each of the projects within the organization need to align with the Organizational Test Strategy (and Policy) and feedback from the management of these projects is used to improve the organizational test process which formulates and maintains the organizational test specifications) rather than simple common sentences (The Organizational Test Policy and Organiza-

tional Test Strategy are examples of organizational test specifications). This number of longer sentences is explained by the fact that the main function of a scientific text is a description, and the predominant frequency of causal sentences is explained by the need for logic, provability, and consistency of scientific presentation.

All the features mentioned above should be rendered in the target text with the help of relevant translation techniques and transformations taking into account target language norms and regulations.

References

1. Sobol Yu. O. (2009). Stylistic features of scientific and technical language and speech. Proceedings. Philological Series. 11. 358–362.

FAILS IN RUSSIAN SELF-TRANSLATION OF THE NOVEL «LOLITA» BY V. NABOKOV

K. V. Nadvorna, student majoring in «Philology», group Phil-11

T. H. Korol, scientific supervisor, associate professor of the Department of Ukrainian, Foreign Languages and Translation, PhD Higher Educational Establishment of Ucoopspilka «Poltava University of Economics and Trade»

Self-translation is a translation of a source text into a target text performed by the writer of the source text. It can be done successfully by a bilingualist – a person who speaks two languages fluently. Nevertheless, there is one peculiarity: all self-translators are bilingualists but not all bilingualists are self-translators. For example, Oscar Wilde was a bilingualist. Except his the most famous novel «The Picture of Dorian Gray» (1890) written in English, Wilde also wrote in 1891 a tragedy «Salome» («Salomé») on French. One more example of a bilingualist was Alexander Pushkin. Except works in Russian, he had verses in French («Tien et mien, dit Lafontaine», «A son amant Eglé sans résistance», «Mon portrait» etc.)

The list of self-translators is much shorter. As an example of self-translation there is Samuel Beckett's play «Waiting for Godot» (1948) («En attendant Godot»). The play's original language is French but a few years later the author translated it by himself into English. Another example of self-translation is Joseph Brodsky's works after his emigration to the United States.

V. Nabokov is probably the most famous Russian (by birth) self-translator. His main self-translated works are «Conclusive Evidence» (Russian version is «Другие берега», 1954) and «Lolita» (1955).

The last the author called «the peak of his literary achievement». English version of «Lolita» quickly attained a classic status. The novel got both positive and negative reviews. Anyway, many authors consider it the greatest work of the 20th century, and it has been included in several lists of the best books, such as Time's List of the 100 Best Novels, Le Monde's 100 Books of the Century and others. As it has already been said, firstly the novel was written in English and then translated into Russian in 1967 by Nabokov himself. The idea of the novel's self-translation belongs to Nabokov's brother Kirill. In contrast to English novel's version, «Lolita» in Russian is much more criticized not only for its plot but also for its translation into the bargain. Of course, the self-translation of «Lolita» has some positive reviews. One of them, for example, is made by Gennady Barabtarlo. As distinct from favourable, there are negative reviews made, for instance, by Victor Sonkin and Maksim Nemtsov. This dispute determines the relevance of the chosen research topic, because Nabokov's self-translation of «Lolita» is still being discussed. Still it is not known for sure: whether Russian novel's version is successful or vice versa? The first aim of this work is to analyse the fails in novel self-translation performed by Nabokov. While the second aim is an attempt to explain the reasons of imperfect author's self-translation of the novel into Russian.

The conducted analysis of some relevant scientific sources and the comparison of the novel's text and the text of self-translation reveals two main problems: 1) the use of an archaic (pre-reform) way of speaking Russian owed to Nabokov's emigration; 2) the lack of an exact translation strategy. These two the main problems consist of some other aspects. Let us consider all of them in more details and illustrate with the found examples.

The problem of the use of an archaic Russian involves the employment of archaic Russian words and phrases. There are some examples, which consist of the use of the archaisms as the equivalents to the words «blue jeans», «lipstick» and «popcorn» (1. *Она была в клетчатой рубашке, **синих ковбойских панталонах** и полотняных тапочках.* 2. *Как живо помнил я Лолиту, перед самым отъездом из Бердслея, лежащей ничком на ковре в гостиной с грудой путеводителей и карт, на которых она отмечала этапы и остановки своим **губным карандашом!*** 3. *Она пушистой девочкой была, Еще носила маковый веноч, Из фунтика еще любила есть **Поджаренные зерна кукурузы** ...).*

The next group of fails is literalisms caused by word for word translation from English without concretization/generalization application (1. *Помнится, я однажды имел в руках пистолет*, принадлежавший студенту-однокашнику, в ту пору моей жизни ... 2. Я вернусь к вечеру, если буду *делать восемьдесят миль в час* туда и обратно – *без крушения* (впрочем, кому какое дело?) и не хочу вас заставить. 3. У этой доброжелательной и безвредной женщины был, слава Богу, довольно *мутный глаз*, не замечавший подробностей; я *делал постели* и в этом стал большим экспертом ... 4. Редкие автомобили, проезжавшие по *им предоставленной мною стороне*, оглушительно гудели на меня).

The other issues connected with lack of translation strategy include the concurrent use of American and Russian measurement units (Она была Лю, просто Лю, по утрам, ростом в *пять футов (без двух вершков* и в одном носке)). In this vein, the parallel use of American English and Russian phrases looks also confusing. As an example let us compare the translation of the word-combination “potato chips”: 1) Постель была в невероятном беспорядке, и вся *в картофельных чипсах*. 2) Жадно жуя, беременная Долли угощала меня алтейными лепешками, арахисовыми орешками и *картофельным хворостом*. One more fail observed is an inappropriate adaptation of American realia. American English words are transcribed with Russian letters without any explanation of their meaning (Я в достаточной мере горд тем, что знаю кое-что, чтобы скромно признаться, что не знаю всего. Вероятно, я пропустил некоторые пуанты в этом криптографическом *нэпер-чэсе*.)

Summing up, we should stress the importance of both target language competence and translation knowledge, skills and strategies for the performance of any type of translation, especially literary one.

PECULIARITIES OF MEDICAL TERM RENDITION FROM UKRAINIAN INTO ENGLISH

A. O. Liulin, student majoring in Philology, group Phil-11

T. H. Korol, scientific supervisor, associate professor of the Department of Ukrainian, Foreign Languages and Translation, PhD Higher Educational Establishment of Ucoopspilka «Poltava University of Economics and Trade»

Medical translation has always required deep knowledge in this field. Among the specific features of medical translation, it is worth

noting a large number of terms that require accurate translation into a foreign language. To work in the field of medical translation, it is important to know a wide range of vocabulary, including not only standard terminology, but also words denoting symptoms, pharmaceuticals and medical equipment.

One of the features of medical translation is the presence of words borrowed from other different languages: Latin and Greek. Also, we observe the circulation of the abundance of synonyms for denoting the same phenomenon. A translator of medical texts needs to be able to navigate the synonymous series. Especially often synonyms can be found in the names of anatomical structures. In English anatomical terminology, the same structure is often denoted by words of Greek-Latin and English origin at a time. For example: *Esophagus* (Gr) and *Gullet*, *Abdomen* (Lat) and *Belly*. Otherwise there is only Greek (Latin) term without an English equivalent. For example: *Stomach*, *Peritoneum*, *Mesentery*, etc.

It should be emphasized that the terms of Greek-Latin origin are used as the basis for the names of diseases, pathological conditions, and operations, despite the presence of their English versions. For example: *Liver* but *Hepatitis* (Inflammation of the liver), *Lung* but *Pulmonary*, *Belly* but *Abdominal*, *Elbow* and Latin equivalent *Antecubital*. The use of traditional translation options can be explained by the desire to make the term concise and understandable to a wider range of specialists.

However, it is known that dictionaries often provide a number of synonyms in addition to the translation of the term, which can complicate the translation process. For example, you need to translate the word “моляр” into English. Different dictionaries give the following English equivalents for it: grinder, molar (tooth), cheek tooth, jaw-tooth, mill tooth. Often, the choice of the translation option depends on the context, situation and target audience.

Here are some examples of this phenomenon that I have found in the TV series «Scrubs»: *Pick's disease – age-related dementia – стареча деменція (слабоумство)*; *Vasovagal syncope – (Towers syndrome) reflex syncope / fainting – найбільш поширена причина втрати свідомості*; *URI (upper respiratory infection) – ГРПІ*; *Cholecystitis – inflammation of the gallbladder – холецистит – запалення жовчного міхура*; *CPR (cardiopulmonary resuscitation) – серцево-легенева реанімація*. From the abovepresented examples, it is clear that one of the meanings of the term is professional, the

other is descriptive. The choice of the translation option depends again on the communication situation and on the target audience.

Another feature when performing medical translation is the discrepancies in some classifications and differences in the organization of the health care system. So, for example, in Ukraine, it is generally considered to use numeric classification of blood groups (I, II, III, IV), while other countries use international letter designations (ABO). In this case, the first blood group corresponds to the designation 0, the second group is the same as A, the third is B and the fourth group corresponds to the designation AB.

Medical translation does not tolerate literalisms. I will try to give the most striking examples. The word «*Вітряна вісна (вітрянка)*» cannot be translated as «*Windy pox*», the correct translation option is «*Chicken pox*» or «*varicella*»; The word «*Краснуха*» is «*German measles*» but not «*roseola*»; «*Целюліт*» isn't «*Cellulitis*» because this word means phlegmon, the correct translation option is «*Cellulite*».

To sum up, it is important to note that medical translation has a number of lexical, grammatical and syntactic features that make it unique. Medicine is an actively developing field of practical and scientific activity, in this regard, the translator needs to constantly develop and improve their skills. Medical translation requires not only a high level of language proficiency, but also good knowledge in the field of medicine. Thus, the translator must have a wide range of knowledge, skills and abilities to be able to reflect all the specific features of the medical text.

METAPHOR TRANSLATION STRATEGIES (BASED ON THE NOVEL «GONE WITH THE WIND» BY M. MITCHELL)

D. Yu. Rozhko, student majoring in Philology, group Phil-11

T. H. Korol, scientific supervisor, associate professor of the Department of Ukrainian, Foreign Languages and Translation, PhD Higher Educational Establishment of Ucoopspilka «Poltava University of Economics and Trade»

Metaphor is one of the most popular figures of speech and it seems to be not always easily recognizable. However, the list of strategies applied in metaphor translation appears to be complete and well-developed, it still requires further investigation in the language

combination of English–Ukrainian and English–Russian for a particular literature period and style. That is why our current research was aimed at the analysis of the main strategies used for metaphor translation from English into Russian and Ukrainian on the basis of the novel “Gone with the wind” by M. Mitchell. The object of our research is metaphor as a figure of speech and its subject is the strategies applied for metaphor translation in Russian version by Tatyana Ozerska and Ukrainian one by Rostyslav Dotsenko of the novel «Gone with the wind» by M. Mitchell.

Metaphor is a figure of speech in which a word or phrase literally denoting one kind of an object or idea is applied to another to suggest some likeliness or analogy between them. The fundamental structure of metaphor consists of 3 components: 1) tenor (the subject described by the metaphor); 2) vehicle (the thing to which the tenor is compared to); 3) ground (their similarity features). For example: «... *nor did the clear gray eyes ever glow with that hot light...*».

Peter Newmark indicated 7 strategies to translate metaphors: 1) literal translation; 2) replacement of a vehicle; 3) rendering a metaphor with the help of a simile if it is more appropriate from the viewpoint of the target language; 4) rendering a metaphor with the help of a simile accompanied with similarity explication; 5) reduction of the metaphor; 6) retention of the same vehicle; 7) metaphor omission in case of its redundancy in the target language.

We have singled out 46 metaphor patterns all in all from the novel and analysed the strategies used for the rendition into Ukrainian and Russian. Literal translation is considered to be the most numerous especially for typical metaphors. However, this trend is not traced in the received results, since 8 metaphors (17.4 %) are translated like this into Russian in the studied material and only 7 (15.2 %) into Ukrainian. However, the choices of this translation strategy coincide only in 5 cases. For example: «*Instinct...told her...*» – «*Ей говорил это ее инстинкт...*» – «*Інстинкт...підказував їй...*». Also it is worth mentioning that rather often literal translation is combined with concretization as in the Ukrainian example given above.

Replacement of a vehicle with another vehicle in the target language was fixed in 9 cases (19.6 %) of Russian translation. As for Ukrainian translation its application was found in 8 cases (17.4 %). It

is interesting to note that 5 metaphors translated in such a way were the same for both languages. However, only one of them was rendered with the same vehicle in both Ukrainian and Russian, e.g. «*But the minutes slipped by...*» – «*Но минуты бежали одна за другой...*» – «*Але збігала хвилинка за хвилиною...*», while the rest involved different images.

Finally, translating with the loss of figurative meaning was employed rarely: in Russian version it amounted to 3 cases (6.5 %) only, and rather extensively in Ukrainian with 8 (17.4 %) ones.

Literal vehicle translation combined with explication was not fixed in Ukrainian translation at all, while Russian translation involved 3 patterns of this strategy application (6,5 %). For example: «*...how her green eyes danced, how deep her dimples were...*» – «*...какие искорки пляшут в ее зеленых глазах, какие ямочки играют на щеках ...*» – «*...як грають її зелені очі, які глибокі ямочки у неї на щоках...*».

New metaphors were created in the process of translation into both languages. Russian version of the novel provided much bigger amount of 22 cases (47.8 %). Ukrainian version contained 12 cases (26.1 %) only and all of them coincided with the Russian ones. Comparison of the vehicles used for metaphor creation showed some significant differences, although most of them appeared in the process of concretization of vague and abstract words. One simile (2.1 %) in Russian translation was converted into metaphor.

Almost a half of metaphors observed in Russian version were created by the translator but not the author, this indicator appeared much lower for Ukrainian version, anyway, still prevailing. The second mostly used strategy in Russian translation was involving different vehicle for metaphor reproduction. In case of Ukrainian translation, this strategy shared the second position with the loss of figurative potential. Literal translation was the third mostly employed by both Russian and Ukrainian translators but still with different values. Loss of figurative potential was not productive in Russian translation at all. Based on these data we can assume that Tatyana Ozerska applied more creative approach to novel translation compared to Rostyslav Dotsenko. From our point of view, it was quite justified. However, reading the novel in Russian we get insights in translator's individual style rather than M. Mitchell's one.

SIMILE TRANSLATION STRATEGIES (BASED ON THE NOVEL «GIRL ONLINE» BY Z. SUGG)

A. O. Shevchenko, student majoring in Philology, group Phil-11

T. H. Korol, scientific supervisor, associate professor of the Department of Ukrainian, Foreign Languages and Translation, PhD
Higher Educational Establishment of Ucoopspilka «Poltava University of Economics and Trade»

The relevance of the chosen research topic is caused by several factors. First of all, simile is one of the most frequently occurring and naturally sounding parts of the figurative language. No doubt, it is one of the first stylistic devices used. Although simile seems to be easily recognizable, its translation can be really challenging and has been mainly discussed in terms of metaphor translation. Therefore, the list of strategies applied in simile translation from English into Ukrainian is still incomplete and needs further development for particular literature period and style.

Our current research was aimed at the analysis of the peculiarities of similes created by contemporary writers and the studies of the main strategies used for their translation from English on the basis of the Russian version of the Novel «Girl Online» by Z. Sugg performed by M. Shanina-Gushchina.

Simile is one of the common stylistic devices found in literary texts which expresses likeness between different objects. It is based on the comparison of objects belonging to different spheres and involves some elements of imagination. Simile fulfils an aesthetic function and is usually a creative way of talking about something in a surprising manner.

It consists of three components: 1) topic or tenor (i.e. the subject described by the simile); 2) vehicle or image (the subject to which the topic is compared), always accompanied with a comparison marker such as like, as, such as, as if, seem, resemble, etc.; 3) similarity features (the properties shared by the topic and the vehicle). They can be expressed both explicitly or left unspoken. For example: «*The muffled snowy silence wraps itself around us like a blanket*».

Having read the novel «Girl Online» by Z. Sugg we decided to single out all the similes created and used by the author. Using search option with shortcut Ctrl+F in word processor Microsoft Word for comparison markers mentioned above and critical analysis we have found and copied out 30 similes in total.

The conducted analysis of the extracted simile topics and vehicles allowed us to subdivide them into typical similes or clichéd ones that are widely used (e.g., «*My limbs feel as heavy as stone*») and creative similes representing author's bright ideas (e.g., «*They both smile back at me – their teeth are as perfectly straight and dazzling white as the keys on a piano*»). The correlation between typical and creative similes was fixed as follows: 57 % typical (17similes), 43 % (13 similes) creative). As you can see the author does not apply simile to create an original image too often, quite contrary she employs typical expressions clear and familiar to the audience that can be treated as one of the features of modern literature.

Turning now to the strategies for simile translation. In 2007 Patricia Pierini indicated and described such potential strategies to translate similes: 1) literal translation i.e. retention of the same vehicle; 2) replacement of the vehicle with a different vehicle; 3) reduction of the simile to its sense; 4) retention of the same vehicle plus explication or addition of similarity features; 5) omission of the simile.

According to the recent studies literal translation that is the retention of the same vehicle in the target language is considered to be the most numerous. This trend can be also traced in the received results since 18 similes that correspond to 60 % are translated like this in the studied material. Here we must admit that this index is dominating and even a bit higher than average ones found in the studies based on other language combinations and texts. Anyway, such high values made us search the criteria to distinguish between different ways of literal translation. Therefore, the target language units were additionally studied at the semantic and syntactic levels. This examination fixed absolute correspondence of the source text and target text units at both semantic and syntactic levels for 5 similes only (that is about 17 % of general amount analysed). For example: «*I keep reciting his words like a mantra – Я твержу про себя его напутствие как мантру*».

In case of obvious literal translation still such lexical semantic transformations took place: 1) generalization, e.g.: «*We were waiting staff like pantomime actors – Где официанты – настоящие мастера пантомимы*»; 2) addition, e.g.: «*I feel as if I have a ball of sorrow growing inside me like a tumor. – Я ощущаю, что печаль внутри меня разрастается, как злокачественная опухоль*»; 3) transposition was used only twice for literary simile translation

causing syntactic differences as the example goes: «*Megan left my room looks like a nuclear clothes bomb has gone off.* – *Меган ушла полчаса назад, а у меня в комнате словно взорвалась бомба из тряпья*».

Replacement of a vehicle with another vehicle was not fixed at all. While retention of the same vehicle plus explication was found in one case: «*My panic has passed like a cloud skimming across the sun.* – *От моей паники не осталось и следа, как не остается следа от облака, загордившего солнце*» (that is 3 % of the similes analysed).

Finally, simile omission or loss seemed to be rather interesting from the point of view of its possible variations. Four similes were translated with the loss of any figurative meaning: «*Black-and-white photos are my favorite – they're like little moments of history captured forever.* – *Я больше всего люблю черно-белые снимки, в них навсегда сохраняется история*». Six similes (20 %) were converted into metaphors at translation: «*This was where my life became like a fairy tale.* – *Здесь моя жизнь превратилась в сказку*». One simile analysed was changed into epithet: «*Dad replies quick as a flash.* – *Молниеносно отвечает папа*». In general, about 37 % (11 patterns) of similes were translated like this into Russian.

Therefore, the results of the conducted analysis of the source text and its Russian translation correspond to general ideas about the dominating position of literal translation of similes.

EPIPHET TRANSLATION STRATEGIES (BASED ON THE NOVEL «MURDER ON THE ORIENTAL EXPRESS» BY A. CHRISTIE)

Ye. O. Usova, student majoring in Philology, group Phil-11

T. H. Korol, scientific supervisor, associate professor of the Department of Ukrainian, Foreign Languages and Translation, PhD Higher Educational Establishment of Ucoopspilka «Poltava University of Economics and Trade»

The relevance of the selected research topic is explained by several factors. First of all, epithet is one of the most frequently occurring and naturally sounding parts of the figurative language. The aim of our work is to analyse the strategies used to transfer epithet in the novel «Murder on the Oriental Express» by A. Christie from English into Ukrainian and Russian. The object of this work is

the text of the novel «Murder on the Oriental Express» by A. Christie in English and its translations into Ukrainian (by Andriy Smetiukha) and Russian (by Larisa Bespalova). The subject of the research is the translation strategies employed to render epithets of Agatha Christie's detective into Ukrainian and Russian.

The epithet is a stylistic device based on the interplay of emotive and logical meaning in an attributive word, phrase or even sentence, used to characterize an object and pointing out to the reader, and frequently imposing on him, some of the properties or features of the object with the aim of giving an individual perception and evaluation of these features or properties.

After thorough reading of the novel «Murder on the Oriental Express» by A. Christie and its Ukrainian and Russian translations we extracted and analysed 55 sentences usually containing more than one epithet. That is why the total number of both expressive and conventional epithets made up 92 cases. It should be noted that in most cases epithets were used by the famous detective writer to describe characters' appearance, mental state, feelings and emotions as well as their behaviour. Through comparing the extracted epithets with their Ukrainian and Russian renditions 7 types of strategies for epithet translation were determined and commented on: 1) literal translation; 2) literal translation combined with some replacements of the parts of the speech; 3) epithet omission; 4) epithet substitution for a simile; 5) epithet substitution for a metaphor; 6) rendition with the help of a separate phrase or clause usually received with the help of logical development; 7) epithet addition to the existing one. According to the recent studies, literal translation is considered to be the most numerous in different stylistic device rendition. This trend is also traced in the received results, since 52 epithets that correspond to 58.5 % are translated like this into Ukrainian in the studied material (e.g., «*He shot a slightly annoyed glance in Poirot's direction.* – *Він кинув презирливий погляд на Пуаро*») and even more 69 epithets (71 %) into Russian (e.g., «*Only the eyes belied this assumption. They were small, deep-set and crafty.* – *И только глаза – маленькие, глубоко посаженные, лживые – противоречили этому впечатлению*»). As we can see, this strategy is more widely applied in Russian translation. In addition, it is worth mentioning that rather often literal translation is combined with concretization or synonymous substitution. Literal translation with the replacement of the parts of speech is the faithful rendition of the semantic compo-

nent of an epithet with the help of a different grammatical category. In Ukrainian translation this strategy was employed 13 times (14.3 %), while in Russian it was a bit more productive with 17 cases (18 %). Epithet omission is the strategy when epithet is not reproduced in the target text, being either lost in translation or cut out as a redundant one. As for Ukrainian translation of a novel this strategy was rather widely used – 17 cases (18.5 %) (e.g., «“What is the matter?” she asked rather breathlessly in French. – *Що тріпотілося? – запитала вона французькою.*»). It should be stressed that epithet omissions fixed here were not always justified and caused some loss of details. As for Russian translation only 2 cases (2.2 %) of epithet omission were found. On this basis we can assume that Russian version of the novel is more accurate. Epithet substitution for a simile means using comparative, usually figurative structure in the target text to render the image provided by the epithet in the source one. In Ukrainian translation this strategy was applied 4 times (4.3 %) (e.g., «What an egg-shaped head he had! – *Голова – точнісінько як яйце!*»), although it was not fixed in Russian version of the novel at all. Instead epithet substitution for a metaphor was used 3 times (3.3 %) in Russian translation (e.g., «Greek was standing staring down at the body with a puzzled frown – *Он вперился в коротышку грека: собрав гармошкой лоб, тот недоуменно разглядывал труп*») and was not found in Ukrainian one. Epithet substitution for a whole phrase or clause is also connected with grammatical transformations that are based on logical development. This strategy appeared to be not common for both languages – only two cases (2.2 %) fixed on the same source language fragments. Epithet addition means the involvement of new epithets, not used by the author of the source text usually connected with the need to balance out the figurative language of the target text. As for Ukrainian version of the novel despite high number of omitted epithets this strategy was not extensively used: 2 cases (2.2 %) only (e.g., «Her manicured hands had deep red nails. – *В очі відразу впадали її довгі червоні нігті*»). In Russian version it was applied even more – 3 times (3.3 %) (e.g., «She had a beautiful foreign-looking face, dead white skin, large brown eyes, jet black hair. – *Она была красива экзотической, непривычной красотой – матово-бледная кожа, огромные карие глаза, иссиня-черные волосы*»).

So three quarters of epithets observed in Russian version were translated literally, this indicator appeared a bit lower for Ukrainian

version (more than a half), anyway, still prevailing. The second mostly used strategy in Russian translation was literal one combined with the replacement of the part of speech. In case of Ukrainian translation, this strategy took the third position, being left behind by epithet omission. The other strategies have got significant spread.

СЕМАНТИЧНІ ДЕРИВАТИ В АНГЛОМОВНІЙ ЕКОНОМІЧНІЙ ТЕРМІНОСФЕРІ ТА ЗАСОБИ ЇХ ВІДТВОРЕННЯ В ПЕРЕКЛАДІ

Н. Г. Базавлук, студентка спеціальності Філологія, група ФІЛ м лис ПВ-21

В. Л. Іщенко, науковий керівник, к. філ. н., доцент, завідувач кафедри ділової іноземної мови
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Глобалізація суспільства та впровадження інформаційних технологій спонукають до всебічного дослідження сучасної англійської мови, яка набула статусу мови міжнародних наукових зв'язків. Сучасний стан англійської мови характеризується зростанням ролі термінологічних систем, у тому числі й англійської економічної терміносистеми, яка обслуговує сучасний комплекс економічних наук: маркетинг, бухгалтерський облік, фінанси, менеджмент, статистику, оподаткування тощо.

Переклад терміна – це точне відтворення оригінальної лексичної одиниці засобами іншої мови за умови збереження змісту й стилю. Для повної передачі поняття оригіналу слід не лише знаходити в мові перекладу адекватні терміни та відповідні лексичні одиниці, але й відбирати необхідні граматичні форми й стилістичні чинники.

Подолання семантичних невідповідностей під час перекладу англійської економічної літератури передбачає вироблення логічної методики усунення семантичної неадекватності. Адекватний переклад вимагає проведення зіставного аналізу лексики мови оригіналу та мови перекладу з метою виявлення закономірних кореляцій між ними.

На основі результатів зіставного аналізу відібраних термінологічних одиниць англійської та української мов можна виділити три типи семантичних відповідностей залежно від ступеня їх адекватності [2]:

1) повна відповідність: терміну мови оригіналу завжди відповідає один постійний еквівалент мови перекладу: cash – готівка; bank – банк; long-term – довготерміновий;

2) часткова відповідність: терміну мови оригіналу відповідає декілька лексико-семантичних варіантів мови перекладу: long – а) особа, що має більше цінних паперів, ніж необхідно для виконання укладених угод; б) спекулянт, що грає на підвищення; в) довготермінова державна облігація Великобританії; gap – а) брак фінансових ресурсів; б) розірвання термінів між активами та пасивами; в) ціновий розрив внаслідок відсутності ринкових угод; г) невідповідність рівнів відсоткових ставок з активів та пасивів банку;

3) повна невідповідність: терміни мови оригіналу не мають відповідності у словниковому складі мови перекладу. Сюди слід віднести, на нашу думку: а) реальні: General Accounting Office – Головне бюджетно-контрольне управління США; Greek drachma – грецька драхма; б) усталені термінологічні словосполучення: golden boys – випускники університетів США, найняті брокерами та банками для проведення операцій на фондовому ринку; в) складні слова різноманітних типів: G-7 countries – група семи (провідні країни Заходу: Великобританія, Німеччина, Італія, Канада, США, Франція, Японія).

Методика усунення семантичної неадекватності передбачає можливість враховувати два типи термінологізованих одиниць, що різняться основними лексико-семантичними особливостями та різними видами семантичного термінотворення [1].

Перший тип термінів – це ті загальноновживані слова, термінологізація яких відбулася шляхом збагачення побутового поняття, наукової конкретизації семантичної структури загальноновживаного слова в межах одного і того ж самого денотату. Такі загальноновживані слова в ролі термінів відрізняються сферою вживання та виконуваною функцією. Їм відповідає дефініція з точнішими й конкретнішими параметрами змісту відповідних понять. Основою цього типу термінів є слова широкої семантики, які номінують різні абстрактні поняття. Семантичні кордони загальноновживаних слів зазнають наукової конкретизації тільки у випадку зміни сфери функціонування.

Другий тип семантичного термінотворення пов'язаний з переосмисленням загальноновживаних одиниць для позначення спеціальних економічних понять. Оскільки суб'єкт номінації, пізнаючи дійсність, сприймає нове через відоме і засвоєне старе за допомогою інваріантних стійких ознак, то у процесі пізнання

виділене наукове поняття може нагадувати побутове однією з цих ознак. У такому випадку мовець розв'язує завдання номінації наукового поняття шляхом переосмислення основного значення номінативної одиниці.

Для вирішення проблеми адекватності перекладу термінологізованих одиниць мови оригіналу мовою перекладу слід, на нашу думку, враховувати:

1) спосіб семантичного термінотвору, в результаті якого термін з'явився в терміносистемі для номінації спеціального поняття;

2) семантичну відповідність у кожному окремому випадку;

3) екстралінгвістичну детермінованість термінів мови оригіналу, що не мають відповідності в мові перекладу;

4) вибір оптимального способу перекладу: описовий, калькування, трансформаційний, встановлення еквівалента (постійний чи контекстуальний).

Список використаних інформаційних джерел

1. Дуда О. І. Процеси термінологізації в сучасній англійській мові (на матеріалі літератури з кредитно-банківської справи) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови» / О. І. Дуда. – Київ, 2001. – 20 с.
2. Кияк Т. Р. Мотивированность лексических единиц / Т. Р. Кияк. – Львів : Вища школа, 1988. – 106 с.
3. Koch P. Meaning change and semantic shifts / P. Koch // The lexical typology of semantic shifts [ed. by P. Juvonen, M. Koptjevskaja-Tamm]. – Berlin ; Boston : Walter de Gruyter, 2016. – P. 21–66.

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ЕКОНОМІЧНИХ ТЕРМІНІВ (НА МАТЕРІАЛІ КНИГИ Ф. КОТЛЕРА, Г. КАРТАДЖАЙІ, І. СЕТЬЯВАНА «МАРКЕТИНГ 4.0. ВІД ТРАДИЦІЙНОГО ДО ЦИФРОВОГО»)

С. І. Туль, студентка спеціальності Філологія, спеціалізація «Германські мови та література (переклад включно), перша – англійська», група ФІЛ м лис ПВ-21

В. Л. Іщенко, науковий керівник, к. філол. н., доцент, завідувач кафедри ділової іноземної мови
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Постановка проблеми. Інтерпретація економічного тексту наукового характеру є найбільш складним видом технічного перекладу. Значні обсяги специфічної інформації, складна лек-

сика, особлива граматика і стилістика в комплексі є викликами при перекладі економічної літератури. В економічному тексті наукового характеру думка завжди підкріплюється аргументами, хід логічних міркувань супроводжується особливими акцентами. До основних характеристик економічного тексту наукового характеру слід віднести абстрактність, узагальненість і логічну доказовість. Нині актуальною темою для дослідження є вивчення специфіки перекладу економічних термінів у сфері маркетингу.

Метою дослідження є визначення особливостей перекладу економічних термінів у книзі Ф. Котлера, Г. Картаджайї, І. Сетьявана «Маркетинг 4.0. від традиційного до цифрового».

Виклад основного матеріалу дослідження. Розвиток цифрової економіки та впровадження сучасних технологій у виробництво впливає на зміну концепції, ідеології, змісту і значимості маркетингу, що в свою чергу призводить до трансформації його термінологічного поля і терміносистеми.

У наш час маркетинг тлумачиться як цілісна система управління, в якій споживач виконує контролюючу, а маркетинг інтегруючу функцію. Етап інтеграційного маркетингу пов'язаний із застосуванням новітніх досягнень науки і техніки, тому виникають спеціальні напрямки і відповідні сфери термінологічного поля. Для сучасної економічної літератури у сфері маркетингу характерним є домінування англomовних термінів (наприклад, електронна комерція – e-commerce, бренд-менеджмент – brand management, діджитал-маркетинг – digital marketing). Українська термінологія маркетингу збагачуються переважно запозиченнями, кальками і напівкальками: маркетингові комунікації (публіситі – publicity, мережевий маркетинг – network marketing, персональні продажі – personal selling, прямий маркетинг – direct marketing, піар – PR, мерчандайзинг – merchandising); електронний маркетинг і електронна комерція (маркетинг у соціальних мережах – social media marketing, пошукова оптимізація сайту – search engine optimization, контент-маркетинг – content marketing, маркетинг впливу – influencer marketing); маркетингові дослідження (бенчмаркінг – benchmarking, польові дослідження – field research, ретроспективний аналіз – retrograde analysis); брендинг (позиціонування бренду – brand positioning, лояльність до бренду – brand loyalty, причини переваги даної марки – brand preference) [1; 2].

Крім того, українська термінологія маркетингу формується за рахунок калькування англomовних професійних жаргонізмів. Наприклад, моделі поведінки споживачів: «дверна ручка» (door knob), «золота рибка» (goldfish), «труба» (trumpet), «воронка» (funnel) [1; 2].

Нарощування українського термінологічного поля маркетингу здійснюється за рахунок утворення мовних одиниць шляхом їх транслітерації з англійської мови. Ця частина української термінології приведена в повну відповідність до загальноприйнятої міжнародної. Тому має місце не просто запозичення, а й суворе дотримання дефініцій застосовуваних термінів. Наприклад, маркетинг-мікс – marketing mix. При перекладі сучасної наукової літератури з маркетингу простежується використання акронімів: AIDA – Attention + Interest + Desire + Action (Увага + Зацікавленість + Бажання + Дія), 4C – Co-creation + Currency + Communal activation + Conversation (Спільне створення + Вживаність + Залучення спільноти + Діалог) [1; 2].

Висновки. В умовах швидкого формування в Україні ринкової економіки спостерігається становлення української термінології маркетингу. Істотний вплив на цей процес мають економічні екстралінгвістичні фактори: розширення технологічних можливостей виробництва, насичення ринку товарами та послугами, глобалізація економіки.

Список використаних інформаційних джерел

1. Котлер Ф., Картаджайя Г., Сетьяван І. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового ; пер. з англ. К. Куницької та О. Замаєвої. Київ : Вид. група КМ-БУКС, 2021. 224 с.
2. Kotler P., Kartajaya H., Setiawan I. Marketing 4.0. Moving from Traditional to Digital. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc., 2017. 207 p. URL: <https://www.nima.today/wp-content/uploads/2018/11/Marketing-4.0-Philip-Kotler-Hermawan-Kartajaya-And-Iwan-Setiawan.pdf> (дата звернення 22.03.2021 р.).

FALSE FRIENDS OF TRANSLATORS

V. O. Viktorova, student of Philology, group Phil-21

N. S. Sukhachova, scientific advisor, Candidate of Philological Sciences

Higher Educational Establishment of Ukoopspilka «Poltava University of Economics and Trade»

The article deals with false friends of a translator. One of the most important aspects of translators' work is to recognize the false

friends in source language. In each language there are word pairs that have the same phonetic form but completely different meanings, origins, and spelling. For example, the German word «gift» in English means «poison», meanwhile English «gift» will be «Geschenk».

M. Koessler and J. Derocquigny, French translation theorists, created the term “translator’s false friends” (les faux amis) in 1928.

The **purpose** of the present work is to reveal the impact of phenomenon of false friends on English language, to study etymology, to analyze the reasons of its existence and show consequences which translator’s false friends cause.

To achieve the above mentioned purpose the following **objectives** are established: to define the term “false friend of translator”, to outline the origins of this phenomenon.

In the present paper there were used such **methods** of scientific research as analysis, synthesis and analyzing the latest linguistic resources.

False friends of translator are words that have the same or similar form in the source and target languages but another meaning in the target language. Translators’ false friends result from transferring the sounds of a source language word literally into the target language [1].

A lot of examples of such words exist in every language which makes translator’s work nearly impossible. Professionals deal with them every day. Some dictionaries, such as a special dictionary of «false friends» of the Cambridge International Dictionary of English, contain references to some «false friends» [2].

False friends appear for a couple of reasons. They are:

1) shared etymology

It is the case when two languages have shared common origins, but a word has changed meanings or developed additional meanings over time [2].

2) homonyms

Words with the same spelling or pronunciation but different meanings and origins are called homonyms [3].

3) interlanguage synonyms

Interlanguage synonyms are words that have the same meaning in more than one language [1]. They do, however, have some distinct meanings in addition to their similar meanings. For instance, a “concert” is referred to as a «концерт». Although both words mean «musical performance», the English word has a second meaning:

«agreement in purpose, feeling, or action». The Ukrainian one has one more meaning «any kind of performance». As a result, they can be equivalence only in the first meaning.

4) pseudo-Anglicism

These are words in other languages that seem like English but they aren't [4]. Foreign languages are full of pseudo-Anglicisms. For example, in our culture people often use word "obligation" in the meaning of «облігація». But in fact, it means «зобов'язання».

In conclusion, it is necessary to emphasize that when it comes to specific translation projects, even a seemingly minor misstep caused by a false friend may lead to undesirable consequences. Knowledge of local customs, traditions, and culture may influence the way words and phrases are translated. Translators must be aware of this fact. Thus, the perspective of our further investigation is the analysis of false friends during translation.

References

1. Aronoff M., Resnik J. The Handbook of Linguistics. New York : John Wiley & Sons, 2003. P. 698-702.
2. Cambridge International Dictionary of English. URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english>.
3. Goth M., Onysko A., Knospe S. Crossing Languages to Play with Words: Multidisciplinary Perspectives. Berlin : De Gruyter, 2016. P. 110–116.
4. BBC Culture. URL: <https://www.bbc.com/culture/article/20161014-the-foreign-words-that-seem-like-english-but-arent>.

ETYMOLOGY OF ENGLISH IDIOMS

Yu. O. Nos, student of Philology, group Phil-41

N. S. Sukhachova, scientific advisor, Candidate Philological Sciences

Higher Educational Establishment of Ukoopspilka «Poltava University of Economics and Trade»

The article deals with the etymology of English idioms. It reveals the notion of this phenomenon and its reflection in the English language. It researches the fields of this concept, defines the meaning of an idiom and the meaning of the term «etymology» and the origin of English idioms. One of the most important aspects in the study of the English language is the study of English idioms. In any language there are expressions in which the individual words that make up this expression lose their original meaning.

The general meaning of this expression is not made up of individual meanings of words. Etymology comes from ancient Greece. The original meaning of the word «etymos» is *real, authentic*. The second constituent of this term is «logia» which means *science, study*. Thus, etymology is the science which is closely connected to the origin of words.

The **purpose** of the present work is to reveal the meaning of some English idioms, their etymology, to study and analyse the origin of the English idioms, to classify the origin of idioms into groups reflecting different themes.

To achieve the above mentioned purpose the following **objectives** are established: to define the term etymology, to define the term phraseology, to define the term idiom, to outline the characteristic features of the idioms in the different texts, to classify idioms.

In the present paper there were used such **methods** of scientific research as analysis, synthesis and learning the latest linguistic resources.

Idioms are defined as multiword expressions which meanings cannot be deduced from the meaning of their parts in an entirely compositional method. According to A. A. Reformatsky, phrasal or idiomatic expressions are the words and word combinations which are specific for the speech of different population groups by class or professional indication [2].

Idioms in English can be classified into the main groups, ones which are connected with nature and natural phenomena, others with human activity, jobs. For example, an idiom from natural phenomena «to be over the moon» that means to be delighted; «once in a blue moon», the phrase refers to something that takes place very seldom.

Other idioms are connected with human life and working experience, parts of body. For instance, the English idiom «to turn a blind eye» means to pretend not to have detected something. Remarkably, this idiom is said to have appeared as a result of the prominent English marine hero Admiral Horatio Nelson, who, during the Battle of Copenhagen in 1801, is said to have purposely upraised his telescope to his blind eye, hence confirming that he would not see any indication from his superior giving him discernment to remove from the combat [1].

Naval English idioms were borrowed from the speech of sailors as English has been a naval state, such as: “there are other (good) fish in the sea” means there are many other brilliant or more appro-

priate people, things, chances, or possibilities in the world that one may find.

Idioms and sayings created by people from different spheres of activity, being precise, colloquial, vivid reflecting life can always find application in expressive speech. An indispensable condition for the successful mastering of the English language is the knowledge of idioms and idiomatic expressions, as well as the sources of their origin. In order to use this or that idiom, it is necessary to know its true origin. Undoubtedly, knowing the origin of the idioms can significantly help to learn the idioms faster. Thus, the perspective of our further investigation is the analysis of the previously distinguished groups of idioms in British and American fiction.

References

1. Bobrovnyk S. M. Etymology of English idioms. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Філологія. 2016. Вип. 20(2). С. 4–7.
2. Реформатский А. А. Введение в языковедение. Москва : Аспент-Пресс, 1996. 275 с.

FEATURES OF PHRASEOLOGICAL UNITS OF MODERN ENGLISH

Ye. K. Oliynyk, student of Philology, group Phil-42

N. S. Sukhachova, scientific advisor, Candidate of Philological Sciences

Higher Education Establishment of Ukoopspilka «Poltava University of Economics and Trade»

The English language has a long history. It has accumulated a great number of words that people found accurate and beautiful. Thus, there is a special layer of a language – phraseology.

Phraseology (Greek: *phrasis* – «expression», *logos* – «teaching») is a branch of linguistics that studies stable combinations in language. Phraseology is also called a set of stable combinations in the language [1].

The purpose of the paper is to explore peculiarities of idioms in modern English.

The object is to define the term *phraseology*, to give examples of idioms in modern English.

In this paper there are used such methods of scientific research as analysis, synthesis and analyzing the latest linguistic resources.

Knowledge of any language is impossible without knowledge of its phraseology. The use of phraseological units makes our speech more idiomatic, vivid and expressive.

In English, there are numerous borrowed words from Latin, Greek, French, Spanish, Italian and other languages.

Important aspects of the phraseology research are: stability of phraseological units, system of phraseology and semantic structure of phraseological units, their origins and main functions.

N. N. Amosova calls such expressions fixed context units, i.e. units in which it is impossible to substitute any of the components without changing the meaning.

The essential features of phraseological units are stability of the lexical components and lack of motivation.

Scientists distinguish essential features of phraseological units.

✓ Reproducibility is regular use of phraseological units in speech as single unchangeable collocations.

✓ Idiomaticity is the quality of phraseological unit, when the meaning of the whole is not deducible from the sum of the meanings of the parts.

✓ Stability of a phraseological unit implies that it exists as a ready-made linguistic unit which does not allow of any variability of its lexical components, of grammatical structure.

There are different classifications of phraseological units. They are:

1. Semantic Classification.
2. Contextual Classification.
3. Structural Classification.
4. Etymological Classification.

Semantic classification is based on the semantic criterion. The degree of phraseological units may be classified into three big groups: phraseological fusions, phraseological unities, and phraseological combinations/collocations [3].

Phraseological fusions are completely non-motivated word-groups (*red tape* – *бюрократизм, волокита*; *a mare's nest* – *ілюзія, щось несправжнє*; *to kiss the hare's foot* – *запізнаватися*).

Phraseological unities are word-groups with a partially changed meaning (*to get on one's nerves* – *діяти на нерви*; *to cut smb short* – *переривати*; *to show one's teeth* – *показати гнів і силу*).

Phraseological combinations/collocations are word-groups with a partially changed meaning (*to be a good hand at something* – *бути*

вправним у чомусь; to have a bite – неперкусити; to stick at nothing – не зупинятися ні перед чим).

Contextual classification is a different semantic classification of phraseological units suggested by N. N. Amosova. Free word-groups make up variable contexts. A non-variable or fixed context is the essential feature of phraseological units.

Structural classification suggested by A. V. Koonin is based on the functions the unit perform in speech. They may be: – nominating (*a bull in a china shop*), – interjectional (*a pretty kettle of fish*), – communicative (*familiarity breeds contempt*), – nominating-communicative (*pull somebody's leg – somebody's leg is pulled*) [2].

Etymological classification of phraseological units originate from different spheres of human activities and come into vocabulary from different sources: – phraseological units originated from ancient mythology (*the sword of Damocles, Pandora's box*), – phraseological units originated from the Bible (*the prodigal son, the road to hell is paved with good intentions*) [3].

In conclusion, we can emphasize that thousands of new words and phrases appear in English every day. For years, professors have studied the features, but even now this topic is relevant.

Literature

1. Алехина А. И. Фразеологическая единица и слово. Минск, 1991. 119 с.
2. Верба Л. Г. Порівняльна лексикологія англійської і української мов. Вінниця : Нова Книга, 2008. 248 с.
3. Корунець І. В. Порівняльна типологія англійської та української мов : навч. посіб. Вінниця : Нова Книга, 2004. 464 с.

NEOLOGISMS OF MODERN ENGLISH IN MASS MEDIA

V. O. Pelyak, student of Philology, group Phil-41

N. S. Sukhachova, scientific advisor, Candidate Philological Sciences

Higher Educational Establishment of Ukoopspilka «Poltava University of Economics and Trade»

Language is very sensible to every change in the social and everyday life of people. The appearance of different innovative elements and lexical units is the result of these changes. The

development trends of the media have been reflected in the processes of formation of language neologisms in the modern English-speaking youth press. So, neologisms often become popular by way of mass media, the internet, or casual speech.

New words that haven't quite yet been accepted into mainstream vocabulary are commonly referred to as '*neologisms*'. Neologisms can also refer to finding a new meaning for an existing word. There are many authors who have created new words and many of these words have disappeared into obscurity or been replaced by more logical alternatives.

The **purpose** of the present work is to identify and systematize the ways of nomination neologisms in modern English-speaking youth media. To achieve the above mentioned purpose the following **objectives** are established: to examine the theoretical background of neologisms in modern English; to determine the communicative pragmatic basis for the study of journalistic discourse; to analyze the originality of modern English-speaking youth press.

The **material of research** consists of English mass-media neologisms taken from the different electronic dictionaries and online blogs.

For achievement of a goal of research, we involve the analysis of lexical units as elements of a linguistic space in the conditions of a cultural space.

The role of mass media in creating communication bridges over different cultures is of primary importance. Neologisms tend to occur more often in cultures that are changing rapidly. There are a number of ways for coining new words, using a variety of neologism types.

Portmanteaus or Blend Words – a specific type of neologism, they are blent together two words to create a new word which combines their meanings: *smoke* + *fog* = *smog*; *breakfast* + *lunch* = *brunch* [1].

Derived words – are words that use ancient Greek and Latin phrases naturalized to match the English language. Here are a few examples of derived words: Latin word: *villa*; Meaning: *villa* or *house*; Derived words: *villa*, *village*, *villager*; Latin word: *under*; Derived words: *submarine*, *subway* [1].

Transferred words encompass words taken from another language and used in an adjusted form in English: *alligator* from Spanish *el lagarto*; meaning *lizard* [1].

There are three ways of neologisms creation: phonological neologisms, borrowings, syntactic neologisms.

Phonological neologisms are formed by combining unique sounds, they are called artificial, e.g. *rah-rah*/a short skirt which is worn by girls during parades, *yeck/yuck* which are interjections to express repulsion produced the adjective *yucky/yecky*.

Borrowings or loan words are words borrowed from a donor language and incorporated into a recipient language without translation. It is distinguished from a calque, or loan translation, where a meaning or idiom from another language is translated into existing words or roots of the host language. Here we have some examples of borrowings, such as *perestroika* / Russian, *solidarnost* / Polish, *Berufsverbot* / German, *dolce vita* / Italian etc.

Syntactical neologisms are usually built on patterns existing in the language. Syntactic neologisms can be phraseological and morphological (formed by means of affixation, conversion, clipping, lexicalization, compounding).

The following neologisms have been pointed out widely used in mass media. They are: **Podcasting**: it is a form of distributing digital audio and video files over the internet, typically for convenient use on an MP3 player [2]; **Blogging**: it is the frequent, chronological publication on the Web of personal thoughts and opinions for other Internet users to read [2]; **Advertorial**: it is an advertisement in an editorial form, i.e., an advertisement in a publication that looks like one of its normal articles [2]; **Narrowcasting**: it aims at specialized audience, i.e., to aim a radio or television transmission at a limited group of people [2].

As a conclusion we can mark, that the enlargement of the English language vocabulary is closely connected with the humans social life. Every new event in our life finds its reflection in the language, and the faster the life is the simpler the ways, thanks to which language is enlarged. The emergence of neologisms shows the development of society and humanity in general and we can see it clearly through mass media.

References

1. About words. A Blog from Cambridge Dictionary [Electronic resource].– Cambridge University Press, – 2016. – Retrieved from: <https://dictionaryblog.cambridge.org/tag/neologisms/>.
2. <https://www.wordspy.com/>.

DIVERSITY OF IDIOMS IN THE ENGLISH LANGUAGE

T. O. Prokhorenko, student of Philology, group Phil-41

N. S. Sukhachova, scientific advisor, Candidate Philological Sciences

Higher Educational Establishment of Ukoopspilka «Poltava University of Economics and Trade»

The richness of a language also becomes clear when we take a close look at the idioms and idiomatic phrases used here since idioms are first and foremost associated with cultural mind-set. They are special language forms that convey cascades of culture specific information such as religion, history, customs, national identity, speaking manners, national behavior etc.

The **purpose** of the present work is to investigate the peculiarities of modern idioms.

To achieve the above mentioned purpose the following **objectives** are established: to study the theoretical linguistic material; to give the classification of idioms; to study the most widely used idioms and their usage.

The **novelty** of this article is that idioms help us to get a better understanding of a certain culture by investigating the idioms as they hold a cultural background behind themselves. Idioms are undoubtedly among the hardest things for a person to learn in the process of learning a new language.

According to Stephen Cramley idiom is defined as «a complex item which is longer than a word – form but shorter than a sentence and which has a meaning that cannot be derived from the knowledge of its component parts» [1].

Linguists have classified idioms according to various criteria. The most remarkable classification is based upon the varying degrees of idiomaticity. According to Fernando, idioms can be grouped into three sub-classes: pure idioms, semi-idioms and literal idioms [2].

A pure idiom is a type of conventionalized, non-literal multiword expression whose meaning cannot be understood by adding up the meanings of the words that make up the phrase. For example the expression *spill the beans* is a pure idiom, because its real meaning has nothing to do with beans.

A semi-idiom, on the other hand, has at least one literal element and one with a non-literal meaning. *Foot the bill* (i.e. «pay») is one

example of a semi-idiom, in which *foot* is the nonliteral element, whereas the word *bill* is used literally.

A literal idiom, such as *on foot* or *on the contrary* is semantically less complex than the other two, and therefore easier to understand even if one is not familiar with these expression.

It very useful to know which idioms are the most widely used. These idioms are used in both spoken and written English and appear in all spheres of life. They are frequently employed by native speakers who feel the language at an inborn level.

These are the idioms that everyone should know:

Under the weather – *To feel ill*, if someone says they're feeling under the weather, your response should be 'I hope you feel better!'; not 'Would you like to borrow my umbrella?';

Spill the beans – *To give away a secret*, if you told someone about their own surprise party, you'd have 'spilled the beans', the secret is out;

Break a leg – *To wish someone luck*, it is often accompanied by a thumbs up, 'Break a leg!' is an encouraging cheer of good luck;

Once in a blue moon – *Rarely*, this charming phrase is used to describe something that doesn't happen often;

It's the best thing since sliced bread – *It's really, really good*, sliced bread must have revolutionized life in England because it's since been used as the ultimate benchmark for things that are great;

Come rain or shine – *No matter what*, you guarantee to do something, regardless of the weather or any other situation that might arise;

You can say that again – *That's true*, generally exclaimed in agreement, when a friend says 'Ryan Reynolds is gorgeous!', you can reply 'You can say that again!';

See eye to eye – *To agree completely*, we're not suggesting a staring contest – to see eye to eye with someone is to agree with the point they're making;

Jump on the bandwagon – *Following a trend*, when a person joins in with something popular or does something just because it's cool;

Beat around the bush – *Avoid saying something*, beating around the bush is when you speak nonsense, avoiding a question because you don't want to express your opinion or answer truthfully [3].

So, the English language possesses a huge diversity of idioms which imbue the language with flavor and give it a stunning variety, flamboyant character and color. They help language learners better

understand the culture, penetrate into the customs and lifestyle of a particular people, and gain a deeper insight into their history.

References

1. Gramley S. A survey of modern English / Stephen Gramley. London : Routledge, 2004. 221 p.
2. Chitra Fernando. Idioms and Idiomaticity. Oxford University Press, USA. 1996. 115 p.
3. <https://idioms.thefreedictionary.com/>

DIVERSITY OF IDIOMS IN THE ENGLISH LANGUAGE

D. S. Prusakova, student of Philology, group Phil m-11

N. S. Sukhachova, scientific advisor, Candidate Philological Sciences

Higher Educational Establishment of Ukoopsilka «Poltava University of Economics and Trade»

The article focuses on the description of culture-specific items, which are known as *realia*. It reveals the notion of this term, its reflection in the English language and the origin of the word. Also, it highlights different strategies of *realia* translation.

The word *realia* derives from medieval Latin, in which it originally meant “the real things”, i.e. material things, as opposed to abstract ones. There is no single term to define this cultural-bound word. First, the term *realia* means a word or phrase that describes something that is specifically local – something that doesn’t easily translate to other languages because the locality doesn’t exist there. Another definition is that this term can be both physical and virtual, as long as it is something used in the real world.

The **purpose** of the present work is to reveal the meanings of some *realia* with nationally coloured words and phrases, to name and give characteristics of translation strategies to get the close meaning or equivalence in the source language to the target language.

To achieve the above mentioned purpose the following **objectives** are established: to define the term *realia* and its origins, to give examples of these units, to find ways that can help interpreters to make better translation and save the local flavor of the words.

In this work, such methods of scientific research as analysis, synthesis and analysis of the latest linguistic resources were used.

Realia are defined as terms that refer to cultural elements, habits, and objects with characteristic linguistic properties. According to S. I. Vlahov, they can be considered within the framework of equivalent-lacking units [1, c. 45]. S. P. Florin identifies the following four strategies for translating realia into the target language: 1) transcription or transliteration; 2) neologism (calque, half-calque, appropriation, semantic neologism); 3) realia substitution; 4) approximate translation (generalization, functional analogue, description, explanation, interpretation).

The most popular way to translate realia is transcription. Just copy the realia exactly as it looks, perhaps with an explanatory note. This may be enough, although it is not the best solution, as it pushes the work to the reader. For example: *ЮНЕСКО* – *UNESCO*, *бандура* – *bandura*, *борщ* – *borsch*, *блюз* – *blues*, *джайв* – *jive*.

Another lexical translation strategy of realia is calque. A calque is a word-for-word translation from one language to another. For instance: *Red Square* – *Червона площа*; *people of good will* – *люди доброї волі*; *kindergarten* – *дитячий садок*; *skyscraper* – *хмарочос*.

Some more type of translation strategy is semantic neologism. It usually helps speakers to make their descriptions more powerful and their speech more effective. For example: *seven-league boots* – *швидкоходи*; *junk food* – *шкідлива їжа*.

According to S. I. Vlahov and S. P. Florin, this method leads an unacceptable «substitution» of the prototext's colour with another colour [1, c. 48]. For example: *How much are accommodations at health resorts?* – *Скільки коштує путівка на курорт?*

Realia are not objects, but signs, words and, more precisely, those words that denote objects of material culture, especially those related to local culture. It is necessary to mention that for the most adequate translation, the translator must use the reconstruction of the syntactic structure of the sentence, lexical substitutions with a complete change in the meaning of the word from the target language, or both of these methods simultaneously, using the so-called lexico-grammatical transformations.

As a conclusion, we can summarize that realia are phenomena of material culture of nations, ethnic-national characteristics, customs, as well as historical facts or events, which usually do not have lexical equivalents in other languages and represent a very interesting and unusual layer of language vocabulary.

References

1. Влахов С. Непереводимое в переводе. Реалии. «Министерство Перевода». Сборник статей, 1969. Москва : Советский писатель, 1970. 320 с.
2. Korunets I. V. Theory and Practice of Translation. Vinnytsia : 2001. Nova Knyha Publishers. 446 p.

ЗНАЧЕННЯ БЕЗЕКВІВАЛЕНТНОЇ ЛЕКСИКИ В ІНШОМОВНОМУ ТЕКСТІ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ

А. А. Нікітіна, студентка спеціальності Філологія «Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська», група Філ м-51

О. Ю. Тупиця, науковий керівник, к. філол. н., доцент кафедри української, іноземних мов та перекладу

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Особливою одиницею, що відображає національно-культурну своєрідність мови на лексичному рівні, виступає безеквівалентна лексика. Вона називає поняття та явища, які не властиві іншим мовам. Критеріями виокремлення такої лексики можуть бути: семантичний, граматичний, функціонально-стилістичний.

Безеквівалентну лексичну одиницю можна визначати за допомогою певних прийомів: 1) переклад (безеквівалентна як національно маркована лексика належить до групи, що не має відповідників у інших мовах, постійно виступає «перешкодою» для розуміння, вимагає особливих прийомів для відтворення в іншомовному тексті при перекладі); 2) експеримент (наприклад, під час проведення психолінгвістичного експерименту до поля слів-реакцій на певне слово-стимул потрапляють одиниці, що мають національно-культурні елементи значень) [1, с. 30].

Семантика безеквівалентної лексики зумовлена міфологією, культурою, історією країни, діяльністю людини, її світобаченням, природним оточенням тощо. Безперечно, що відтворення безеквівалентної лексики при перекладі належить до основних проблем, які розглядає сучасне перекладознавство.

Вивчивши концептуальні засади використання в теорії й практиці перекладу терміна «безеквівалентна лексика», ми переконались, що це – особлива лексична одиниця, яка відображає національно-культурну своєрідність мови, номінує явища у

сфері певної культури, які не властиві іншим. По-друге, безеквівалентна лексика – складник образності тексту, що несе емоційно-експресивний підтекст, пов'язаний із етнічним компонентом значення. По-третє, безеквівалентна лексика діє для номінації понять та реалій, які не мають точних лексичних відповідників у соціокультурних парадигмах інших мов, порівняно з вихідною. Тому такі слова в іншомовному тексті потребують додаткового тлумачення. Наприклад: *укр. свита – нім. Swita – langer Bauernkittel der Ukrainer (довгий селянський кімель в українців), чумак – нім. Tschumak – ukrainischer Fuhrman, Salzfahrer (український перевізник солі)* зустрічаємо в перекладах творів М. В. Голя німецькою мовою.

Специфіка безеквівалентної лексики полягає: 1) у семантиці. Такі слова належить до «маркованої» лексики мови. Що це означає? У структурі лексичного значення безеквівалентних одиниць завжди наявна сема «етно» (національне, фольклорне, символічне, іншомовне); 2) у конотаціях. Семантика безеквівалентної лексеми поширюється на контекст (смісловне оточення) цієї одиниці в межах тексту, що сприяє створенню етнічної картини світу. Звичайний приклад: іншомовна реалія в межах тексту здатна переформатувати мовну картину світу в бік визначення етноспецифіки; 3) у функціонуванні. В ієрархії смислу тексту безеквівалентна лексема виконує функцію домінанти. Ми спостерігали за особливостями функціонування та перекладу таких одиниць; 4) у іншомовних лексичних відповідниках. Безеквівалентна лексика в тексті створює специфічні умови для сприйняття. Текст починає функціонувати, таким чином, як феномен на межі двох культур.

Ми досліджували смислове значення безеквівалентної лексики в композиціях поетичних текстів (оригіналі та перекладі) й прийшли до висновків, що такі одиниці сприймаються як сильні позиції (сміслові домінанти), які позначаються на змісті всього тексту. Для розуміння таких слів носіям іншої мови часто необхідний коментар. Наприклад:

<i>На розпутьті кобзар сидить</i>	<i>Still sitzt der Kobsar am</i>
<i>Та на кобзі грає;</i>	<i>Kreuzweg,</i>
<i>Кругом хлопці та дівчата –</i>	<i>Läßt die Saiten rauschen;</i>
<i>Як мак процвітає.</i>	<i>Rings die Mädchen und die</i>
<i>(Т. Шевченко)</i>	<i>Bursche</i>
	<i>Blühen wie Mohn und lauschen.</i>
	<i>(Erich Weinert)</i>

Носіям, наприклад, німецької мови для розкриття семантики цих лексичних одиниць потрібні тлумачення, які ґрунтуються на встановленні етнокультурної належності слів, тобто *Kobsar – Kobsaspieler, ukrainischer Volksliedersaenger (Kobsa – altes ukrainisches Zupfinstrument)*. Але німецькомовний реципієнт відразу розуміє, що текст відображає «інше» етнокультурне середовище.

Список використаних інформаційних джерел

1. Тупиця О. Ю. Безеквівалентна лексика в поетичному тексті: проблема створення етномовної картини світу : монографія. LAP LAMBERT Academic Publishing RU, 2018. 117 с.
2. Огуй О. Д. Актуальні проблеми німецько-українського перекладу : навч. посіб. Чернівці : Рута, 2004. 256 с.

ГЕНДЕРНИЙ АСПЕКТ ЧОЛОВІЧИХ АНГЛОМОВНИХ ГЛЯНЦЕВИХ ЖУРНАЛІВ

К. Ю. Рожкова, студентка спеціальності «Середня освіта. Мова і література (англійська)»

С. О. Шехавцова, науковий керівник, д. пед. н., професор декан факультету іноземних мов
Державний заклад «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка»

Прийнятий у лінгвістиці антропоцентричний підхід до мови акцентує увагу на всіх параметрах людської особистості, що відбиваються в мові – основному засобі конструювання ідентичності. Гендер, що трактується як культурно зумовлений і соціально відтворений феномен, є одним із таких параметрів. Причиною введення в науковий опис терміну гендер є необхідність застосування нової термінології в аспекті антропоцентричного підходу при дослідженні мовних явищ. Цей термін покликаний підкреслити суспільно конструйований характер статі, її конвенціональність, інституціональність і ритуалізованість.

Гендерні стереотипи дають уявлення про якості і норми поведінки представників обох статей і формуються на основі виявлення способів за допомогою яких індивіди і соціальні групи беруть участь у створенні соціальної реальності. Мова жіночих і чоловічих журналів є одним із способів представлення і сприйняття гендерних схем, які допомагають усвідомити і сприйняти людину стереотипно, запам'ятовуючи та інтерпре-

туючи її образ відповідно до сформованих уявлень про маскулінне та фемінне.

Гендерні стереотипи – загальноприйняте консервативне оцінювання норм поведінки, схематизовані, спрощені уявлення про образи чоловіка і жінки, стандартизовані стійкі судження щодо моделей їхнього поводження та рис характеру, яким відповідає поняття «жіноче» і «чоловіче» і які закріплюються у свідомості без урахування соціальних змін, суспільного розвитку і життєвих процесів, що відбуваються [2, с. 216].

У ході дослідження була вивчена також історія журналів «Esquire» і «MAXIM», матеріали ЗМІ, пов'язані з діяльністю цих видань, що дозволило більш точно визначити контент кожного журналу і гіпотетичний портрет ідеального чоловіка.

У текстах чоловічих глянців представників сильної статі зображено сміливцями, любителями ризику, успішними особистостями, власниками, батьками тощо.

I believe there's a new way for us to be: the way of the modern gentleman. Being a gentleman is about something far beyond opening car doors and having great manners. It's about being who you are with no shame and no apology. It's about making amazing connections with others – men and women alike. [Maxim / <https://www.maxim.com/maxim-man/10-ways-to-unlock-your-inner-gentleman-2018-10>]

To help you fight spring rain and breezy days, to help you tackle beer garden sessions and much-needed time spent in nature, here are some of our favorite spring jackets for 2021. [<https://www.maxim.com/style/coolest-new-spring-jackets-2021>]

If you have sensitive skin, go for a non-foaming cream cleanser that won't be too harsh. And if you're not sure where to even start thinking about a face wash, this list will help. [<https://www.esquire.com/style/grooming/g14450556/best-face-wash-for-men/>]

They shy away from small risks, and without realizing it, they embrace the big, big risk. Businessmen who are consistently successful have the exact opposite attitude: Make all the mistakes you want, just make sure you're going to be there tomorrow. [Esquire / <https://www.esquire.com/lifestyle/money/a19181300/nassim-nicholas-taleb-money-advice/>]

Отже, проаналізувавши чоловічі глянцеві журнали «Esquire» та «MAXIM», можна зробити висновок про те, що в ЗМІ відбу-

вається модифікація і трансформація ідеального образу чоловіка. Помітна відсутність бажання створювати родину, ставати главою сім'ї і батьком. Однак присутня і стратегія консервації: чоловік залишається мужнім, сильним, амбітним, самовпевненим. Портрети сучасного чоловіка досить розмиті, неконкретні. Для більш точного визначення ідеального чоловіка залежно від гендерних стереотипів необхідне дослідження більшої кількості чоловічих видань, із залученням журналів іншого формату, а також порівняння традиційних образів чоловіків.

Список використаних інформаційних джерел

1. Маслова Ю. П. Мовна репрезентація гендеру / Ю. П. Маслова // Наукові записки. Серія Філологічна. – Острого: Вид-во НаУ – Острозька академія, 2009. – Вип. 12. – С. 224–233.
2. Мельник Т., Кобелянська Л. 50/50: Сучасне гендерне мислення: Словник. – Київ : К.І.С., 2005. – 280 с.
3. MAXIM [<https://www.maxim.com/>]
4. Esquire [<https://www.esquire.com/>]

ЗНАЧЕННЯ ЕВФЕМІЗМІВ В ІСПАНОМОВНИХ ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ В КОНТЕКСТІ ІНФОРМАЦІЙНО-ГІБРИДНОЇ ВІЙНИ

П. М. Шехаєцова, студентка 2-го курсу спеціальності 014
Мова і література (іспанська, англійська)

О. М. Биндас, науковий керівник, к. пед. н., доцент, завідувач
*кафедри романо-германської філології,
Державний заклад «Луганський національний університет імені
Тараса Шевченка»*

На сьогодні евфемізми посідають одну з найважливіших ланок у лінгвістиці та змінюються зі швидкістю світла. Але евфемію як мовне явище почали вивчати відносно нещодавно. Такі мовні одиниці займають значне місце в багатьох мовах різних країн, а все тому що вони є виразним засобом формування думки передового суспільства та у різних сферах людського життя вимагається використання саме евфемістичних слів чи словосполучень.

Актуальність даної проблеми полягає в недостатній розробленості окремих аспектів теорії та практики особливостей використання евфемізмів в умовах інформаційно-гібридної війни

саме в іспаномовних публіцистичних текстах та статтях, що й зумовило вибір теми.

У словнику лінгвістичних термінів О. Ахманової евфемізм визначається як «троп, який використовується в непрямому, прикритому, ввічливому, пом'якшувальному позначенні будь-якого предмету або явища...» [1, с. 521]. Використання евфемізмів у ЗМІ має чималу популярність та яскраво впливає чи може взагалі змінити думку людини через всілякі маніпуляції та неякісне інформування. Найпереконливіший засіб мовної гри відбувається через телебачення, для якого не є потрібна розумова діяльність для прийняття.

Наприклад, для позначення війни між двома ворожими країнами автор статті використовує слово «*un conflicto*» для меншого нагнітання вже негативної атмосфери [2].

«*Los acuerdos de paz de Minsk se firmaron en febrero de 2015, pero ninguno de los bandos ha cumplido con su parte*» – «Мінські мирні угоди були підписані в 2015, але жодна із сторін не виконала свою частину» замість дві сторони не знайшли компромісу та залишилися при збройному конфлікті [3].

Ми можемо дійти висновку, що евфемізми в контексті надають певне забарвлення та виконують маніпулятивну функцію через пресу для пробудження в індивіда намірів, які глобально або частково змінюють його світобачення чи поведінку.

Також було встановлено, що іспанські ЗМІ зазвичай використовують лаконічнішу та більш спрощену мову для подачі інформації. Нами було виявлено, що більшість іспанських видавництв намагаються об'єктивно оцінювати ситуацію та незалежно інформувати мешканців країни.

Список використаних інформаційних джерел

1. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов / О. С. Ахманова. – 3-е изд., стереотип. – Москва : КомКнига, 2005. – 571 с.
2. Tragedia en UcraniaDonbás: la guerra que ya produjo 10.000 muertos y de la que nadie habla, Agencia EFE 3/06/19 slovník – URL: https://www.clarin.com/mundo/donbas-guerra-produjo-10-000-muertos-nadie-habla_0_V5k8W813B.html.
3. Rusia y Ucrania pactan una hoja de ruta para poner fin a la guerra del Donbás, Marc Marginedas 02/10/2019. – URL: <https://www.elperiodico.com/es/internacional/20191002/rusia-y-ucrania-pactan-una-hoja-de-ruta-para-poner-fin-a-la-guerra-del-donbas-76628037>.

СЕКЦІЯ 6. СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ДОКУМЕНТОЗНАВСТВА Й ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТА УСТАНОВ

СУТНІСТЬ ТА ВИДИ КОНФІДЕНЦІЙНОЇ ІНФОРМАЦІЇ

Б. Е. Бондаренко, студент спеціальності «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа», група ДІД 6 інт-21

Т. В. Оніпко, науковий керівник, д. і. н., професор, професор кафедри менеджменту

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Сучасний період розвитку суспільства характеризується значним зростанням ролі інформації, інформаційних ресурсів, інформаційних технологій, що призводить до активізації інформаційних відносин, які виникають у всіх сферах життєдіяльності суспільства.

Інформація – це будь-які відомості та (або) дані, які можуть бути збережені на матеріальних носіях або відображені в електронному вигляді. За порядком доступу інформація поділяється на відкриту інформацію та інформацію з обмеженим доступом.

Інформація з обмеженим доступом – це така інформація, доступ до якої має лише обмежене коло осіб і оприлюднення якої заборонено розпорядником інформації відповідно до закону. Обмеження доступу до інформації здійснюється в інтересах національної безпеки або охорони законних прав фізичних та юридичних осіб. Обмежується доступ до інформації, а не до документу. Якщо в одному документі міститься відкрита і закрита інформація, то відкрита інформація може бути надана на ознайомлення зацікавленій особі у вигляді окремого документу.

До інформації з обмеженим доступом належать конфіденційна інформація, службова інформація та таємна інформація. Конфіденційна інформація (від англ. confidence – довіра) – це відомості, які знаходяться у володінні, користуванні або розпорядженні окремих фізичних чи юридичних осіб і поширюються за їх бажанням [1].

У Статті 21 Закону України «Про інформацію» зазначено, що конфіденційна інформація – це інформація про фізичну особу, а

також інформація, доступ до якої обмежено фізичною або юридичною особою, крім суб'єктів владних повноважень. Конфіденційна інформація може поширюватися за бажанням (згодою) відповідної особи у визначеному нею порядку відповідно до передбачених нею умов, а також в інших випадках, визначених законом [2].

У статті 7 Закону України «Про доступ до публічної інформації» наведено таке визначення: конфіденційна інформація – інформація, доступ до якої обмежено фізичною або юридичною особою, крім суб'єктів владних повноважень, та яка може поширюватися у визначеному ними порядку за їхнім бажанням відповідно до передбачених ними умов [3].

До конфіденційної інформації, що є власністю держави і перебуває в користуванні органів державної влади чи органів місцевого самоврядування, підприємств, установ та організацій усіх форм власності, не можуть бути віднесені певні відомості, зокрема:

- про стан довкілля, якість харчових продуктів і предметів побуту;
- про аварії, катастрофи, небезпечні природні явища та інші надзвичайні події, які сталися або можуть статися і загрожують безпеці громадян;
- про стан здоров'я населення, його життєвий рівень, включаючи харчування, одяг, житло, медичне обслуговування та соціальне забезпечення, а також про соціально-демографічні показники, стан правопорядку, освіти і культури населення.

Конфіденційна інформація умовно поділяється на конфіденційну інформацію про фізичну особу та конфіденційну інформацію про юридичну особу.

До конфіденційної інформації про фізичну особу належать, зокрема, дані про її національність, освіту, сімейний стан, релігійні переконання, стан здоров'я, а також адреса, дата і місце народження. Не допускаються збирання, зберігання, використання та поширення конфіденційної інформації про особу без її згоди, крім випадків, визначених законом, і лише в інтересах національної безпеки, економічного добробуту та захисту прав людини.

Конфіденційна інформація про юридичну особу – це інформація, яка міститься в договорах, контрактах, листах, звітах,

аналітичних матеріалах, виписках з бухгалтерських рахунків, схемах, графіках, специфікаціях, інших документах, що фігурують в діяльності юридичної особи. Розголошення даних, що містяться в таких документах, може бути використано конкурентами і, відповідно, завдати економічної та іншої шкоди юридичній особі.

Останнім часом питання, пов'язані з конфіденційною інформацією викликають загострену увагу, адже будь-яка інформація має цінність для її власника та потребує захисту від нецільового використання та розголошення іншим особам.

Список використаних інформаційних джерел

1. Конфіденційна інформація. URL: https://wiki.legalaid.gov.ua/index.php?title=%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D1%84%D1%96%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D1%86%D1%96%D0%B9%D0%BD%D0%B0_%D1%96%D0%BD%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F&oldid=27188.
2. Про інформацію [Електронний ресурс]: Закон України від 02.10.1992 р. № 2657-XII. – URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12>. – Назва з екрана.
3. Про доступ до публічної інформації [Електронний ресурс]: Закон України від 13.01.2011 р. № 2939-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2939-17>.

ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РЕІНЖІНІРИНГУ ДОКУМЕНТООБІГУ В УСТАНОВАХ УКРАЇНИ

О. І. Ганжа, студентка спеціальності «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа», група ДІД б інт-21

Т. В. Оніпко, науковий керівник, д. і. н., професор, професор кафедри менеджменту

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Реінжиніринг (reengineering) – це комплексна процедура, яка передбачає розробку нових ділових процесів у фірмі або підприємстві шляхом радикального перепроєктування (реінжинірингу) існуючих процесів, зазвичай на основі інтенсивного використання у нових процесах електронних систем, зміни умов ведення бізнесу, що, у свою чергу, дає можливість отримання додаткових конкурентних переваг.

Нині успішна реалізація цілей і завдань розвитку будь-якого підприємства, установи чи організації значною мірою залежить від ефективного використання його інформаційних ресурсів, які є основою інформаційного забезпечення діяльності підприємства і визначають його стратегічний успіх. Тому інформаційне забезпечення установи є ключовим чинником провадження діяльності, який значно спрощує виконання багатьох функцій та забезпечує високий рівень конкурентоспроможності. Впровадження нового покоління систем електронного документообігу забезпечує конкурентну перевагу, що пояснюється комплексністю програмного забезпечення: програмний продукт автоматизує як роботу з усіма системами документації установи, так і з бізнес-процесами [1].

Традиційні методи управління паперовими документами не дозволяють в належній мірі забезпечити проходження, узгодження, збереження і конфіденційність електронних інформаційних потоків організації. Використання комп'ютерних технологій істотно збільшує швидкість розробки документації, що багато в чому пов'язане з можливістю колективної роботи над документами. З іншого боку, зростає ризик несанкціонованого або одночасного доступу, отже, псування, втрати, неузгодженості або несанкціонованого знищення інформації. Ця небезпека особливо серйозна за наявності локальної мережі, що дає можливість розподіленого зберігання і доступу до документів. Другим наслідком підвищення продуктивності є збільшений потік файлів з інформацією, яку необхідно враховувати, індексувати, заносити в каталоги. Є можливість здолати ці труднощі, якщо використовувати програмні засоби управління електронним документообігом.

Нині є можливість створення корпоративних мереж, які є об'єднанням локальних мереж у межах однієї організації (наприклад, філій) для розв'язування спільних завдань. Для корпоративних мереж характерним є поєднання централізованої обробки інформації з використанням віддаленого з'єднання комп'ютерів. Інформація може змінюватися працівниками, які мають доступ до неї. Для зв'язку комп'ютерів у корпоративних мережах розроблена технологія Intranet. Цей спосіб організації комунікації використовує досвід роботи в розподіленому середовищі і є побудованим на технології «клієнт-сервер» з централізованою обробкою інформації, використовуючи протоколи і

технологію Internet. Зазначене дає можливість реалізувати зв'язки між користувачами з будь-якого місця корпоративної мережі або з віддаленими користувачами в системі діловодства і документообігу за допомогою інтернету.

Технологія «клієнт-сервер» – це особливий спосіб взаємодії комп'ютерів у локальній мережі, коли один із комп'ютерів (сервер) надає свої ресурси іншому комп'ютеру (клієнту). Технологія «хмарних обчислень» – це новація інформаційної галузі, яка може стати у нагоді для створення інформаційної інфраструктури. Хмарні технології забезпечують користувачам Інтернету доступ до комп'ютерних ресурсів сервера і використання його програмного забезпечення в онлайн режимі. В умовах стрімкого розвитку сучасних інформаційних технологій та мережі Інтернет організації відходять від використання власного обладнання і програмного забезпечення в бік сервіс-орієнтованих технологій [2].

Перевагою для всіх користувачів хмарних технологій є те, що отримати доступ до «хмари» можна не лише з ПК чи ноутбука, але також з нетбука, смартфона, планшета, тому що головною вимогою для доступу є наявність Інтернету, а для роботи програмного забезпечення «хмари» використовуються потужності віддаленого серверу; споживачі використовують програми без їх установки. Доступ до «хмари» можуть мати одночасно тисячі людей, що мають права доступу. Разом з тим, існують певні проблеми з боку безпеки, коли хмарні провайдери можуть роками зберігати важливу інформацію на своїх серверах, а кіберзлочинці – перехоплювати інформацію.

Отже, використання «хмарних» технологій в організації сучасного документообігу будь-якого підприємства, установи чи організації – це один із напрямів його оптимізації.

Список використаних інформаційних джерел

1. Засоби та методи оптимізації документообігу в інформаційних системах [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/36141/1/35_217-223.pdf. – Назва з екрана.
2. Реінжиніринг документообігу установи як інформаційна підтримка управління [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://journals.uran.ua/bdi/article/view/150242>. – Назва з екрана.

ІНФОРМАТИЗАЦІЯ НАДАННЯ АДМІНІСТРАТИВНИХ ПОСЛУГ НАСЕЛЕННЮ

О. С. Донченко, студентка спеціальності «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа», група ДІД 6 інт-21

О. А. Двірна, науковий керівник, к. ф.-м. н., ст. викладач кафедри менеджменту

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Адміністративні послуги населенню надаються через Управління адміністративних послуг. Розглянемо роботу такого центру на прикладі Управління адміністративних послуг Полтавської міської ради (далі – Управління) [3].

Згідно з Аналітичною довідкою по роботі Управління у 2020 році, впродовж року Управління здійснювало свою діяльність відповідно до вимог чинного законодавства [1].

Хоча це був рік викликів через поширення коронавірусної хвороби (COVID-19), але на відміну від ряду ЦНАПів на території України, Управління продовжувало здійснювати свою діяльність безперервно, з дотриманням усіх протиепідемічних заходів та рекомендацій Головного державного санітарного лікаря України.

За вказаний період через Управління адміністративних послуг Полтавської міської ради надано понад 63 тис. адміністративних послуг та понад 150 тис. консультацій різного спрямування. Надходження до місцевого бюджету від надання адміністративних послуг у 2020 році склали понад 10 млн грн. У 2019 році надходження складали понад 16 млн. грн. Зменшення кількості наданих адміністративних послуг у порівнянні з 2019 роком (понад 70 тис.) і як наслідок – зниження надходжень до бюджету, зумовлене оголошенням у березні 2020 року загальнодержавного карантину у зв'язку зі значним поширенням захворюваності на COVID-19 [1].

Станом на 31.12.2020 року через Управління адміністративних послуг Полтавської міської ради надається 170 адміністративних послуг. У структурі адміністративних послуг найбільшу питому вагу займають адміністративні послуги, які надаються Департаментом з питань реєстрації, – це понад 18 тис. послуг із реєстрації/зняття з реєстрації місця проживання [1].

У 2020 році варто визначити ключових суб'єктів надання адміністративних послуг та їх кількісні показники: Головного управління Держгеокадастру у Полтавській області (більше 6 тис. послуг); Управління Державної міграційної служби України в Полтавській області (близько 4 тис. послуг); Департамент Державної архітектурно-будівельної інспекції у Полтавській області (4 тис. послуг); Управління патрульної поліції у Полтавській області (майже 3 тис. послуг).

Складна ситуація із захворюваннями не завадила оптимізації робочого процесу та розширенню Переліку адміністративних послуг, що надаються через Управління, з 158 у 2019 році до 170 у 2020 році. Зокрема, запроваджено комплексні послуги: «Малятко», яка покликана спростити для батьків оформлення найбільш важливих адміністративних послуг, що супроводжують народження дитини, та оформлення і видача паспорта громадянина України з безконтактним електронним носієм уперше особі у віці з 14 до 18 років з одночасною реєстрацією у Державному реєстрі фізичних осіб-платників податків [1].

У 2020 році Управлінням започатковано роботу call-центру, через який громадяни отримують якісне консультування щодо порядку отримання адміністративних послуг, а також проводиться попередній запис громадян для отримання адміністративних послуг. За час роботи call-центру було опрацьовано близько 54 тисяч звернень громадян.

В Управлінні постійно проводиться моніторинг якості надання адміністративних послуг з метою врахування в роботі та подальшого покращення обслуговування. З 01.01.2020 по 31.12.2020 якість надання адміністративних та дозвольно-позовувальних послуг оцінило понад 17 тис. відвідувачів. Позитивно – 17 234 відвідувачів, негативно – 316 відвідувачів [3].

Також Управлінням адміністративних послуг протягом 2020 року розглянуто і надано вичерпні відповіді на 248 звернень громадян та 38 запитів на отримання публічної інформації. Усі без винятку зауваження, пропозиції та скарги розглядалися вчасно, уживалися відповідні заходи.

Зважаючи на швидкий розвиток інформаційних технологій, варто акцентувати увагу на необхідності забезпечення комплексного захисту інформації відповідно до вимог чинного законодавства України. Упродовж 2020 року було створено Комплексну систему захисту інформації (далі-КСЗІ) в Управлінні

адміністративних послуг Полтавської міської ради, у тому числі КСЗІ відділу бухгалтерського обліку та господарського забезпечення Управління, КСЗІ Єдиної інформаційної системи управління міграційними процесами Державної міграційної служби, Програмного комплексу «Універсам послуг» та отримано Атестати відповідності Державної служби спеціального зв'язку та захисту інформації України [3].

Програмний комплекс «Універсам послуг» протягом 2020 року було суттєво доопрацьовано та вдосконалено. Одним із таких нововведень було інтегрування в автоматизованої системи «Універсам послуг» зчитувачів id-карток (20 одиниць), що суттєво вплинуло на швидкість обслуговування громадян та надало можливість повноцінно використовувати потенціал закладений в паспорти європейського зразка.

Крім того, Полтавською облдержадміністрацією з початку 2018 року проводиться моніторинг стану підключень до мережі Інтернет об'єктів, що надають публічні сервіси та послуги в області. Станом на 01.01.2020 відсоток підключення серед закладів області зріс на 20,1 % і становить 78,6 % порівняно з початком 2018 року (58,5 %) (рис. 1).

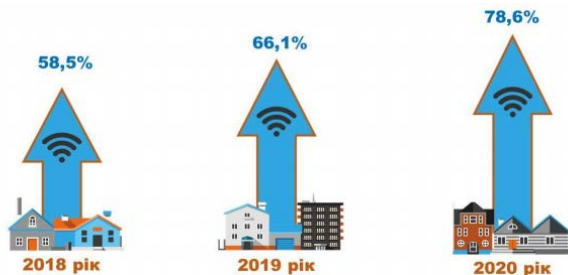


Рисунок 1 – Стан підключення до мережі Інтернет об'єктів соціальної інфраструктури Полтавської області [2]

В Управлінні є мобільна валіза адміністратора, розроблено відповідний проєкт рішення про утворення пересувного віддаленого робочого місця. Це дасть змогу обслуговувати маломобільні та соціально незахищені верстви населення з виїздом адміністратора на місце, а також при необхідності надавати адміністративні послуги мешканцям віддалених сільських населених пунктів Полтавської територіальної громади [1].

Отже, одним з каталізаторів успішної та ефективної роботи є наявність сучасного матеріально-технічного забезпечення: персональних комп'ютерів, периферії, ліцензованого програмного забезпечення, надійних локальних телекомунікаційних систем, актуальних систем захисту інформації, а також ефективних середовищ електронного документообігу.

Список використаних інформаційних джерел

1. Аналітична довідка по роботі Управління адміністративних послуг Полтавської міської ради у 2020 році [Електронний ресурс]. URL: <http://www.cnar-pl.gov.ua/> (дата звернення: 14.03.2021).
2. Про регіональну програму інформатизації «Цифрова Полтавщина» на 2021–2023 роки [Електронний ресурс] : Проект рішення Полтавської обласної ради. URL: <https://oblrada-pl.gov.ua/ses/next/8/2.pdf> (дата звернення: 15.03.2021).
3. Управління адміністративних послуг Полтавської міської ради [Електронний ресурс]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/171-2015-%D0%BF#Text> (дата звернення: 14.03.2021).

АВТОМАТИЗАЦІЯ ДОКУМЕНТООБІГУ УСТАНОВ ЗІ СКЛАДНОЮ ОРГАНІЗАЦІЙНОЮ СТРУКТУРОЮ

О. С. Козлова, студентка спеціальності «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа», група ДІД 6-21і

Л. М. Колєчкіна, науковий керівник, д. ф.-м. н., професор професор кафедри менеджменту

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Сучасний рівень менеджменту характеризується тим, що прийняття рішень як головне завдання управління, реалізується за умов повної або часткової невизначеності, активної, досить часто агресивної, протидії конкуруючих сторін. За цих умов на служби діловодства необхідно покладати завдання не тільки і не стільки створення документації та забезпечення її руху, але головним чином питання інформаційної підтримки всіх управлінських рішень на підставі досконалої організації їх документального забезпечення [1].

Служба діловодства, як серцевина організації, що відображає і забезпечує її діяльність, сьогодні мусить бути потужним інструментом, що в змозі через процеси управління документацією, орієнтувати всі інші підрозділи та окремих виконавців на

спільні цілі, мобілізувати ініціативу співробітників, виховуючи в них почуття єдності і відданості своєму підприємству, поліпшувати процеси ділової комунікації й корегувати організаційну поведінку всіх його членів [2, 3].

У сучасних установах діловодство стає високотехнологічним виробничим процесом, системою організаційного, інформаційного, аналітичного, правового, ретроспективного та прогностичного забезпечення її функціонування, документування управлінської інформації й організації обігу службових документів, у т. ч. електронних. Воно об'єктивно виділяється у високооплачуваний вид професійної діяльності, отримує відповідне технологічне й організаційне оформлення й вимагає значного обсягу знань.

Актуальність дослідження зумовлена зростанням ролі документального забезпечення й автоматизації документообігу в установі, особливо, якщо установа має складну організаційну структуру.

Зміст документопотоку характеризується складом документів, які до нього входять і складом інформації, яка закріплена у цих документах.

Структура документопотоку описується ознаками, відповідно до яких документи можуть бути класифіковані, індексовані, сформована система довідкового апарату за документами організації. Структура документопотоків відповідає функціонально-цільовому призначенню документів, які його складають.

Режим або циклічність документопотоку визначається зміною у часі його інформаційного навантаження. Зміни можуть бути пов'язані із сезонним зменшенням ділової, політичної, управлінської активності, внутрішніми ритмами роботи організації.

Напрямок документопотоку залежить від конкретної технологічної ланки опрацювання документів: (документи, що реєструються і документи, що не реєструються; документи з контролем виконання і без контролю тощо). На напрям документопотоку впливає також спосіб оцінки і засвідчення документів, які складають цей потік: узгодження, затвердження, ознайомлення тощо [4].

Об'єм документопотоку вимірюється кількістю документів або обсягом інформації, яка міститься в документах (аркуші, знаки, кількість доручень, виконавців тощо) за певний період. Зміни можуть бути пов'язані із сезонним зменшенням ділової, політичної, управлінської активності, внутрішніми ритмами роботи організації.

Отже, розглянуто основні поняття та терміни документального забезпечення, які становлять основу для подальшої автоматизації документообігу зі складною організаційною структурою. Значення вище зазначених термінів дає можливість охарактеризувати подальше дослідження документального забезпечення технологічного процесу виробництва та реалізації продукції на досліджуваному підприємстві.

Список використаних інформаційних джерел

1. Про затвердження Інструкції про порядок витребування документів соціально-правового характеру для громадян України, іноземців та осіб без громадянства [Електронний ресурс] : Наказ Міністерства юстиції України, Міністерства закордонних справ України 21.09.2015 № 1786/5/272. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1117-15#n124> (дата звернення: 10.03.2021).
2. Беспянська Г. П. Діловодство [Електронний ресурс] : навч. посіб. для дистанц. навч. / Г. П. Беспянська. – Київ : Університет «Україна», 2005. – 418 с.
3. Бибик С. В. Ділові документи та правові папери: листи, протоколи, заяви, договори угоди / С. В. Бибик, Г. О. Сюта. – Харків : Фолио, 2005. – 491 с.
4. Блощинська В. П. Сучасне діловодство : навч. посіб. / В. П. Блощинська. – Київ : Центр навч. л-ри, 2005. – 319 с.

СУЧАСНІ МУЗЕЇ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ

Т. В. Козоріз, студентка спеціальності «Інформаційна бібліотечна та архівна справа», група ДІД 6-31

Т. М. Білоусько, науковий керівник, к. е. н., доцент, доцент кафедри менеджменту
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Сучасний світ досягнув надзвичайно великого прогресу у руслі комунікації за кілька останніх десятиліть. Статистика на 2020 рік вказує, що з березня по грудень у всьому світі надсилаються 5,3 мільйонів повідомлень, зафіксовано 2,225 мільйонів веб-сайтів, кількість користувачів Інтернету сягає 7,851 мільйонів людей [1].

Глобальна мережа Інтернет стала великим прискорювачем суспільних інновацій. Люди купують, працюють, спілкуються, проводять своє дозвілля в Інтернеті. Масштабних змін зазнають

усі суспільні галузі, серед них також історико-культурний та дозвіллевий сектори.

Чимало дослідників у Європі займаються вивченням не просто питань використання цифрових технологій для залучення ширшого кола відвідувачів у музеї, пошуками нових форм та методів роботи з аудиторією, а й прогнозуванням, моделюванням ймовірнісних моделей векторів розвитку цієї галузі, передбаченням викликів та шляхів їх нейтралізації. В Україні, яка, на жаль, наразі сама не імпортує масштабно своїх знань закордон, а, здебільшого акцентує кращі напрацювання зарубіжних колег, спостерігається, в основному зацікавлення до методів імплементації інтерактивної цифрової складової у музейну діяльність. Більшість європейських музеїв зараз використовують віртуальну реальність у своїй діяльності, обов'язковими атрибутами більшості інтерактивних гаджетів-гідів є квести, вікторини, пазли, програми і додатки, що надають доступ до спілкування та інтерпретації надбання на тематичних форумах та інші.

Голограми історичних персонажів, використання 3-D технологій, ігор, так звана «геймефікація історії» дає можливість людям взаємодіяти з експозицією у такий спосіб, який був неможливим кілька років тому. Під час прогулянок по музею або галереях часто поруч є QR-коди, які під час сканування надсилають на ваш телефон або планшет більш поглиблену інформацію про окремий експонат. Самостійні тури тепер можна завантажувати в Інтернеті та транслювати на персональні мобільні пристрої, позбавляючи потреби в орендованих аудіодоріжках. Цей перехід до більш індивідуального досвіду, крім пасивного отримання кураторської інформації, є наступним кордоном, який долають сучасні музеї. Активно практикується розробка віртуальних турів, це можна зустріти також і на сайтах багатьох львівських музеїв. Широкі можливості у цьому сенсі надає платформа Google Art&Culture – дозволяє створювати власні колекції, здійснювати віртуальні екскурсії по музею, переглядати детально твори мистецтва та культури [2].

Чудовий інтерфейс проекту пропонує багато опцій – вибір колекцій, локації та пошук об'єктів культурної спадщини за нею. Чимало музеїв долучилися до глобального руху відкриття фондів, даючи необмежений доступ до своїх фотографій, архівів та баз даних. Цифрові технології – це чудовий спосіб перетворити музейний досвід з пасивного на інтерактивний, на щось

справді привабливе та освітнє, навіть для молодшої аудиторії, яка інакше залишається зацікавленою лише своїми смартфонами. Проте прогрес цих напрямків зустрічає наступні виклики: по-перше, гаджети та технології швидко стають застарілими.

Програми, додатки, які використовують музеї, потрібно постійно оновлювати, в таких умовах надзвичайно важливою ланкою в комунікації музей-відвідувачі стає сайт закладу або соціальні мережі. Це одне із великих проблем сучасного мистецтва: дотепер традиційні засоби, такі як пояснювальні тексти під експонатами та інші намагалися пояснити відвідувачам творчість художника, його особисту ідею мистецтва, ідеї, що склалися у творі. Тепер же справжньою проблемою є передача цієї інформації найбільш інтуїтивно зрозумілими та прийнятливими способами, які дозволяють розвивати цифрові технології [3]. Користувачі – вже не просто споживачі культурних продуктів, а вони стають активними суб'єктами контенту та передачі інформації.

Список використаних інформаційних джерел

1. Internet usage statistics. The Internet Big Picture. World Internet Users and 2018 Population Stats. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.internetworldstats.com/stats.htm> (дата звернення: 20.03.2021). – Назва з екрана.
2. Google Arts&Culture [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://artsandculture.google.com/> (дата звернення: 22.03.2021). – Назва з екрана.
3. Сосновська Т. Недремне око інтернету [Електронний ресурс] / Т. Сосновська. – Режим доступу: <http://prostir.museum.ua/post/32090> (дата звернення: 21.03.2021). – Назва з екрана.

ОСОБЛИВОСТІ НАДАННЯ АРХІВНИХ ДОВІДОК ПРО НАВЧАННЯ У ЗАКЛАДІ ОСВІТИ

А. С. Линник, студентка спеціальності «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа», група ДІД б-31

О. А. Двірня, науковий керівник, к. ф.-м. н., ст. викладач кафедри менеджменту

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Наш час характерний значною мобільністю. Часто особливо молоді люди намагаються знайти себе, реалізуватися як професіонал за здобутою спеціальністю. Якщо раніше достатньо було

пред'явити диплом та додаток до нього, то зараз усе частіше виникають ситуації, коли необхідно надати підтвердження із закладу освіти про період, форму та термін навчання. У разі такої необхідності громадянин або організація може звернутися за архівною довідкою до закладу освіти, яким було видано диплом.

Зауважимо, що відповідно до статей 56-58 Закону України «Про запобігання корупції» [1], згідно з Порядком проведення спеціальної перевірки стосовно осіб, які претендують на зайняття посад, які передбачають зайняття посад, які передбачають зайняття відповідального або особливо відповідального становища, або посади з підвищеним корупційним ризиком, затвердженим постановою Кабінету Міністрів України [3], управління освіти і науки обласних адміністрацій звертаються до навчальних закладів із запитом щодо освіти та факту видачі диплому про освіту кандидатів на зазначені вище посади. В архівній довідці необхідно вказати: ПІБ (повністю); серію та номер диплому; реєстраційний номер диплому; спеціальність, рік вступу (курсу) та рік закінчення закладу вищої освіти, форму навчання.

Архівні довідки готуються відповідно до Інструкції про порядок витребування документів соціально-правового характеру для громадян України, іноземців та осіб без громадянства [2].

Архівні довідки про освіту складаються як за документами державних архівів України, так і архівних підрозділів навчальних закладів України. Архівні довідки, що мають бути видані замість атестатів про середню та середню спеціальну освіту, дипломів, отриманих після закінчення вищих навчальних закладів, оформляються на підставі копій цих документів або довідок, наданих навчальними закладами.

Зміст таких довідок повинен бути близький до тексту оригіналу документа (його копії). Відповідно до вимог закордонних навчальних закладів, установ (фондів) працевлаштування архівні довідки про середню, середню спеціальну та вищу освіту, що надсилатимуться за кордон, незалежно від прохання заявника повинні містити відомості з диплома (атестата) та з додатка до нього за зразком, поданим в Інструкції [2].

Відомості про навчання однієї особи в різних навчальних закладах подаються в окремих архівних довідках. У разі якщо заявник не закінчив навчання у вищому навчальному закладі, складається академічна довідка, в якій зазначаються найменування навчального закладу та факультет, відомості про тематику прослуханих курсів, складені іспити та заліки за курсами, семестрами, а також вказується причина припинення навчання.

У разі якщо довідка про освіту необхідна лише для підтвердження факту навчання з метою зарахування періоду навчання до загального стажу роботи, в ній слід зазначити лише дані диплома [2].

Отже, обов'язковими реквізитами для довідок та архівних довідок є: фірмовий бланк навчального закладу; вихідний номер; дата видачі; назва документу; посада та ПІБ особи, яка підписала документ; підпис ректора (директора) або проректора; гербова печатка навчального закладу.

Слід зауважити, що архівна довідка є важливим документом для підтвердження навчання та факту видачі диплома, і має бути виготовлена згідно існуючих стандартів.

Список використаних інформаційних джерел

1. Про запобігання корупції [Електронний ресурс] : Закон України № 1700-VII. Редакція від 04.03.2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1700-18#Text> (дата звернення: 15.03.2021).
2. Про затвердження Інструкції про порядок витребування документів соціально-правового характеру для громадян України, іноземців та осіб без громадянства [Електронний ресурс] : Наказ Міністерства юстиції України, Міністерства закордонних справ України 21.09.2015 № 1786/5/272. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1117-15#n124> (дата звернення: 10.03.2021).
3. Про затвердження Порядку проведення спеціальної перевірки стосовно осіб, які претендують на зайняття посад, які передбачають зайняття відповідального або особливо відповідального становища, та посад з підвищеним корупційним ризиком, і внесення змін до деяких постанов Кабінету Міністрів України [Електронний ресурс] : Постанова Кабінету Міністрів України від 25.03.2015 року № 171. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/171-2015-%D0%BF#Text> (дата звернення: 10.03.2021).

ПРОБЛЕМИ ЦИФРОВІЗАЦІЇ АРХІВНОЇ СПРАВИ В УКРАЇНІ

Д. В. Поливода, студентка спеціальності «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа», група ДІД 6-31

Т. В. Оніпко, науковий керівник, д. і. н., професор, професор кафедри менеджменту

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Розвиток людства під впливом дедалі активного впровадження новітніх інформаційно-комунікаційних технологій від-

бувається у напрямку побудови інформаційного суспільства, переходу до цифрової епохи. Багатовимірні реалії інформаційного суспільства, динаміка процесів інформатизації й цифровізації та посилення їх ролі в життєдіяльності соціуму докорінно змінюють розвиток архівної справи України, актуалізують нагальну потребу в забезпеченні її інноваційного розвитку, підвищенні якості наукових досліджень, ефективності впровадження їх результатів в архівну справу.

Адекватне реагування на «виклики часу» спонукає до подальшого оновлення українського архівознавства та використання кращого світового і європейського досвіду в архівній сфері. Серед напрямів архівознавчих досліджень до пріоритетних доцільно віднести й такі як інформатизація та цифровізація архівної справи та розроблення стандартів і форматів роботи з цифровими та оцифрованими архівними документами [1].

В інформаційному суспільстві, де найвпливовішими чинниками є інформація, комунікація, інновації, актуальності набуває стратегія переходу від пасивного нагромадження архівних інформаційних ресурсів до перетворення їх у цілісну і доступну для користування ефективну «систему знань» із застосуванням найперспективніших трендів інформаційно-комунікаційних технологій. Утім, існує низка проблем на шляху цифровізації архівної справи в Україні.

По-перше, неузгодженість законодавства України у сфері інтелектуальної власності з архівним законодавством суттєво обмежує діяльність архівних установ щодо оцифрування і створення інтегрованих цифрових ресурсів архівної спадщини, її представлення у світових інформаційних мережах, упровадження сучасних сервісів онлайн доступу до цифрового контенту [2].

По-друге, іноді оцифрування архівних документів здійснюється хаотично, без врахування попиту громадян та фізичного стану документів. На нашу думку, потрібно дотримуватися плану пріоритетів, який передбачає оцифрування документів найбільш використовуваних фондів, на котрі існує найбільший попит користувачів (наприклад, метричних книг), та документів, яким найближчим часом загрожує фізичне зникнення (серед них документи на пливкових носіях). На пливкових носіях у більшості випадків зафіксовані важливі законодавчі та нормативні документи кінця XIX – початку XX ст.

По-третє, недостатнє державне фінансування гальмує справу цифровізації архівної справи в Україні. Варто зазначити, що перші самостійні кроки в оцифруванні вітчизняні архівісти робили за допомогою звичайного фотоапарату. Оскільки фінансування на придбання спеціалізованих сканерів не вистачало, архівісти пішли шляхом використання малих сканерів CZUR ET16. Донині більшість архівів України не має сучасних апаратури для проведення оперативного та високоякісного оцифрування документів.

По-четверте, не всі архіви України мають окремі структурні підрозділи, функція яких полягає в оцифруванні документів. Лише останнім часом за рахунок оптимізації власної структури та у межах доведеної штатної чисельності українські архіви почали створювати сектори інформаційних технологій у складі 2–5 працівників, заробітна плата яким сплачується зі спецрахунку від надання архівом платних послуг фізичним і юридичним особам. Обмаль спеціалістів негативно позначається на темпах та якості процесу оцифрування архівних фондів.

По-п'яте, залишається невирішеним питання щодо створення Єдиної архівної інформаційної системи кожної області та включення її в загальноукраїнський і світовий інформаційний простір. Існує проблема представлення інформаційному просторі сегменту архівної інформації про певний регіон і забезпечення надання безперешкодного доступу до нього громадянам як України, так і зарубіжжя [3]. Віддалений доступ до архіву потрібно розглядати як можливість отримання читачами архівної інформації через науково-довідковий апарат, розміщений на веб-сайті архівної установи. Тобто користувачі архівної інформації у будь-який зручний зможуть приходити до архіву, вже знаючи які справи їм потрібно замовляти, не витрачаючи час на опрацювання описів у читальній залі. Лише на початковому етапі перебуває практика видання вітчизняними архівами оцифрованих документів електронною поштою.

Список використаних інформаційних джерел

1. Центральний державний електронний архів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://tsdea.archives.gov.ua/ua/>
<https://tsdea.archives.gov.ua/ua/>

2. У Державній архівній службі створено управління цифрової трансформації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.istpravda.com.ua/short/2020/05/12/157493/>
3. Європейський та український досвід використання цифрових технологій у сфері культури [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.civic-synergy.org.ua/wp-content/uploads/2020/04/YEvropejskyj-ta-ukrayinskyj-dosvid-vykorystannya-tsyfrovyyh-tehnologij-u-sferi-kultury.pdf>.

ЕЛЕКТРОННИЙ ДОКУМЕНТ В ОРГАНАХ ВИКОНАВЧОЇ ВЛАДИ

Ю. О. Поротикова, студентка спеціальності «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа», група ДІД б інт-21

Л. М. Колєчкіна, науковий керівник, д. ф.-м. н., професор, професор кафедри менеджменту

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Швидкий розвиток інформаційно-комунікаційних технологій зумовлений багатьма факторами, але два з них мають найбільше значення. Це, звичайно, технічний прогрес, а також його рушійна сила – потреби бізнесу та держави. Саме бізнес і держава вкладають кошти і максимально використовують досягнення науково-технічного прогресу. Західна система державного управління вже досить давно використовує бізнес-технології у своїй сфері, а наразі взагалі держава розглядається як специфічний різновид бізнесу. Сама суть електронного урядування змінювалася відповідно до цих поглядів. Спочатку під даним терміном малось на увазі лише впровадження інформаційних технологій у державний сектор, а зараз – оптимізація функцій державних органів (бізнес-процесів) [3].

Україна лише починає робити кроки на шляху до дієвого електронного урядування, починає майже з нуля, тоді як інші країни вже досягли суттєвих результатів і використовують такі системи повноцінно. Але позитивні приклади запровадження та функціонування електронних урядів в інших країнах, стають в нагоді і допомагають підкреслити реальні переваги цих систем та всебічно реалізувати електронне урядування в Україні [3].

Глобальне застосування технології електронного безпаперового документообігу, яке об'єднує в єдиній мережі органи

виконавчої влади, у змозі забезпечити швидкий цілісний обмін документами.

Актуальність дослідження зумовлена активним впровадженням у процеси управління новітніх технологій, що справляють відповідний вплив на зміст документаційного забезпечення органів виконавчої влади.

Головне завдання електронного документування – прозорість діяльності, підвищення продуктивності праці працівників і перерозподіл часу на виконання інших завдань. Електронний документообіг дозволяє створити єдиний інформаційний простір, передбачає переведення усіх процесів по роботі з документами в цифровий формат. Крім того, дозволяє перенести весь процес (файли та цифрові таблиці, відправлення кореспонденції, підписи, печатки, та інші інструменти верифікації) у цифровий вимір та відмовитися від паперу, і, як наслідок, заощадити величезну кількість часу та ресурсів [4].

Електронний документообіг в органах виконавчої влади – це елемент електронної демократії, що має забезпечувати доступність, підзвітність, ефективність та прозорість діяльності державних органів. Електронний документообіг є невід’ємним атрибутом електронного урядування і має значні переваги порівнянно зі звичним, паперовим документообігом [2].

Впровадження електронного документообігу в державних органах зумовлено підвищенням культури діловодства, прискоренням термінів опрацювання документів, спрощенням їх пошуку та контролю за виконанням, удосконаленням механізмів узагальнення матеріалів, наданих від багатьох кореспондентів за уніфікованими електронними формами, економією коштів на тиражування та пересилання значної кількості документів тощо [1].

Отже, розглянуто основні поняття та терміни електронного урядування, які становлять основу для подальшого викладу матеріалу. Значення цих термінів дає можливість охарактеризувати подальше дослідження щодо впровадження систем електронного документування, які найближчим часом стануть невід’ємною частиною будь-якого державного органу чи установи України.

Список використаних інформаційних джерел

1. Порядок надання інформаційних та інших послуг з використанням електронної інформаційної системи «Електронний Уряд» від

- 15 серпня 2003 р. № 1490 // Офіційний вісник України. – 2003. – № 48. – С. 746.
2. Про електронні довірчі послуги : [Закон України: прийнятий ВРУ 1 липня 2017 р.] // Відомості Верховної Ради. – 2017. – № 45.
 3. Буличева Н. А. Електронне урядування у сфері надання адміністративних послуг органами державної влади / Н. А. Буличева, Ю. І. Пивовар // Юридичний часопис Національної академії внутрішніх справ. – 2011. – № 2(2). – С. 28–37.
 4. Гречко А. В. Основи електронного документообігу : навч. посіб. / Гречко А. В. // Київський національний торговельно-економічний ун-т. – Київ, 2006. – 156 с.

СЕКЦІЯ 7. МІЖНАРОДНІ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ ТА НАЦІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

ІНТЕГРАЦІЯ УКРАЇНИ У МІЖНАРОДНИЙ РИНОК ПРАЦІ

А. В. Кокоза, студент 4 курсу спеціальності Міжнародні економічні відносини освітня програма «Міжнародні економічні відносини»

В. Ю. Стрілець, науковий керівник, к. е. н., доцент кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Процес Євроінтеграції України передбачає більш тісний взаємозв'язок ринку праці України із загальноєвропейським ринком, а згодом і їх повне злиття. Цей процес відкриває чимало можливостей, але водночас несе певні виклики для національної економіки. Вплив глобалізації на українську економіку сукупність взаємних узгоджені позитивні зміни в економічній системі кількісні та якісні характеристики, які відбувається на певній (зростаючій) стадії життєвого циклу і призводить до трансформації економіки [5] та характеризується підвищенням конкуренції внаслідок лібералізації протекціоністської політики уряду щодо національного виробника та входження на ринок іноземних компаній. Економічний розвиток передбачає сукупність взаємних згоджені позитивні зміни в економічній системі кількісні та якісні характеристики, які відбувається на певній (зростаючій) стадії життєвого циклу і призводить до трансформації економіки. У зв'язку з постійними структурними змінами в економіці виникає необхідність у перерозподілі робочої сили за видами економічної діяльності. Індикатором розвитку ринку праці також може слугувати питома вага працівників, які змінюють місце роботи у межах однієї професії у зв'язку з бажанням працювати в більш привабливих умовах. Внаслідок зазначених факторів відбувається рух робочої сили і певна частина економічно активного населення стає безробітною. В даних умовах безробіття, яке не перевищує природний рівень, є позитивним фактором розвитку як ринку праці, так і економіки в цілому. Тому, основою метою у сфері регулювання зайнятості є ство-

рення умов щодо наближення чисельності безробітних до природного рівня через адміністративні та ринкові механізми [1].

Серйозною загрозою, що впливає на загострення ситуації у сфері зайнятості, є знецінення праці. Заробітна плата більшості працюючих не виконує стимулюючої, мотиваційної та відтворювальної функції. На жаль, в Україні питома вага заробітної плати у загальних обсягах доходу населення загалом по країні складає біля 40 %, а в окремих регіонах ледь сягає 30 % – її позначки. З одного боку застосування неповної зайнятості, як і інших форм атипової зайнятості, є ознакою гнучкості ринку праці і спостерігається у сучасному світі далеко не тільки за умов економічної кризи. З іншого – її поширення призводить до прекаризації трудової сфери, тобто збільшення прошарку людей, які відчувають хиткість, ненадійність, нестабільність майнового стану, свого соціального буття; падіння рівня та якості життя працюючих; зменшення рівня соціальної відповідальності і соціальної згуртованості та посилення соціальної напруженості в суспільстві.

Участь українського бізнесу у формуванні глобального ринку праці відбувається через постійний і масштабний рух робочої сили та капіталу як в Україну, так і з неї. На сучасному етапі український капітал посилює попит на робочу силу не лише в Україні, а й за її межами. Водночас у нашій країні шукають роботу не лише вітчизняні працівники, а й трудові мігранти, оскільки важливим проявом глобалізації, її впливу на ринки праці є зовнішня трудова міграція.

Експортуючи власну робочу силу, Україна обов'язково імпортуватиме іноземну робочу силу. Впровадження у виробництво закордонних технологій, освоєння «ноу-хау», їх участь у приватизації спричиняють приплив з-за кордону бізнесменів, менеджерів, комерсантів та інших фахівців.

У більшості країн ЄС діють національні тристоронні органи, роль яких переважно консультативна і дорадча, тільки в окремих випадках вони мають повноваження приймати рішення (Латвія, Литва, Польща, Словаччина, Чеська Республіка). Корисним є досвід Естонії, де крім офіційних сторін (уряд), до учасників соціального діалогу включено добровільні професійні спілки, представники громадських організацій, інспекції праці та судових органів.

У Стратегії розвитку України «Україна 2020: Стратегія національної модернізації» передбачені основні заходи щодо підвищення якості робочої сили [3], серед яких: посилення ролі державної служби зайнятості в регулюванні процесів на ринку праці шляхом співпраці з роботодавцями та органами освіти, створення правових, організаційних та фінансових засад функціонування системи професійного розвитку працюючого населення; здійснення моніторингу якості освітніх послуг з позицій роботодавців та встановлення перспективних потреб роботодавців у розрізі видів діяльності та доведення результатів; удосконалення кваліфікаційних характеристик професій та змісту професійної освіти, створення державної системи неперервного професійного навчання впродовж трудового стажу тощо.

Щоб оцінити, наскільки схожий розвиток ринку праці в Україні та країнах ЄС, ми скористалися тими індикаторами стратегії Європа 2020, які відображають ситуацію з формуванням та використанням людського капіталу, а саме: рівень зайнятості, рівень освіченості, середня погодинна заробітна плата та частка зайнятих у високотехнологічному виробництві. Рівень зайнятості є головною ознакою можливостей громадян на ринку праці, високий рівень заробітної плати свідчить про ефективне функціонування ринку праці, вищий рівень освіти та збільшення частки зайнятих у виробництві високотехнологічної продукції слугує передумовою підвищення ефективності. Таким чином, підвищення рівня цих показників призведе до досягнення європейськими країнами цілей стратегії [2].

Для створення конкурентоздатного ринку праці в Україні треба проводити інноваційну соціально-економічну політику, яка дозволить задіяти молодь, удосконалювати нормативне правове регулювання ринку праці, враховуючи проблеми регіонів, забезпечувати систему соціальних стандартів і гарантій, стимулювати розвиток малого і середнього бізнесу. А також захищати українських громадян при виїзді на роботу за кордон і спростити процедуру їх оформлення на тимчасове працевлаштування. Це сприятиме зменшенню чисельності безробітних на ринку праці, поліпшенню матеріального положення людей і збільшенню валютних надходжень до країни.

Підвищення конкурентоспроможності ринку праці неможливе без формування його інфраструктури, позбавленої хаотичності та стихійності. Проблеми розвитку інфраструктури ринку

праці переплітаються з прогнозуванням соціально-економічних наслідків інтеграції України у світовий простір. Процеси глобалізації впливають на вибір стратегії розвитку відповідної інфраструктури. Вітчизняні дослідники розрізняють дві базові стратегії розвитку держави в умовах глобалізації: наступальну та оборонну. Виходячи із ситуації в країні, розвиток інфраструктури повинен орієнтуватись у тривалій перспективі на наступальну стратегію, але на період досягнення необхідного рівня розвитку орієнтиром стає оборонна стратегія як умова протидії негативним наслідкам глобалізації. Тобто механізм розвитку інфраструктури повинен працювати у напрямку захисту національного ринку праці, закладаючи базис для стабільного розвитку і соціального благополуччя. При цьому зростає роль держави у реалізації стратегії внутрішнього ринку праці та забезпеченні недискримінаційних умов інтеграції у світові організації [2].

У зону соціальних ризиків від євроінтеграції можуть потрапити працівники, вивільнювані внаслідок структурних зрушень, малокваліфіковані, з недостатньою мобільністю. З іншого боку, втрата робочого місця можлива через нижчу конкурентоспроможність робочої сили, неготовність працювати з вищою інтенсивністю на рівні європейських стандартів. Крім цього, ймовірно зниження заробітних плат у тих сферах, де скорочуватиметься попит на продукцію.

Питання реінтеграції та адаптації вимушених переселенців на новому місці, можливість їх соціалізації та підвищення економічної активності є досить важливим. Окрім того, серед соціальних ризиків вимушеного переселення слід відзначити можливість посилення напруженості та конкуренції на ринку праці, що, відповідно, може поглиблювати конфліктність стосунків між місцевим населенням та переселенцями. Урегулювання цих проблем потребує активної позиції держави, місцевої влади, громад в частині інтеграції переселенців та їх трудової та соціальної адаптації.

Важливою формою глобальної міграції стала міжнародна студентська міграція, адже іноземні студенти є важливим джерелом доходу освітньої галузі, а також – у процесі навчання і після його завершення вони стають для країни джерелом робочої сили відповідної кваліфікації. Важливою характеристикою міжнародного ринку праці є ступінь мобільності робочої сили. Рух трудових ресурсів набирає різних форм: природний, територіальний,

видовий, професійний, кваліфікаційний та соціальний. Найбільшу вагу має територіальний рух робочої сили, хоч у міру еволюції міжнародного ринку робочої сили посилюється значення й інших форм.

Вже десятки тисяч українців – висококваліфікованих спеціалістів ІТ-сфери – довели свою конкурентоспроможність на міжнародному ринку праці. Вони працюють на іноземного роботодавця дистанційно, не виїжджаючи з країни. При цьому, використовуючи тіньові схеми, вони (найчастіше – не за власним вибором, але за мовчазною згодою) сплачують мінімальні податки в Україні або не сплачують їх взагалі.

Основними напрямками подальшого вдосконалення системи державного регулювання ринку праці є:

- приведення чинного законодавства у відповідність до вимог міжнародних пактів, конвенцій Міжнародної організації праці;

- закріплення принципів і механізму соціального партнерства в законах про профспілки, підприємництво;

- ретельне опрацювання механізму проведення колективних переговорів як на рівні підприємств, так і на галузевому й національному рівнях;

- зростання ролі людського фактора, зокрема висококваліфікованої, творчої та мотивованої праці;

- зближення інтересів суб'єктів ринку праці, яке ґрунтується на заінтересованості в економічному зростанні та справедливому (у ринковому розумінні) розподілі створеного продукту відповідно до вкладених ресурсів – праці, капіталу, підприємницьких здібностей;

- розвиток конкурентоспроможності економіки на основі інтеграції освіти, науки з інноваційними підприємствами, що зумовлює необхідність безперервного вдосконалення якісних характеристик трудового потенціалу;

- взаємодія державних інститутів із приватним бізнесом, співробітництво великих підприємств із малими і середніми, забезпечення соціально відповідальних результатів їхньої діяльності [2].

У сфері зайнятості можна виділити чотири області, де в умовах глобалізації відбулися великі зміни. Це, насамперед, обсяг наявної роботи; умови, на яких цю роботу пропонують;

доходи, що надає ця робота, а також гарантія зайнятості й доходу. Інформаційна складова процесу глобалізації дає можливість удосконалити організацію праці й домагатися необхідної гнучкості робочої сили. Виступаючи об'єктивним чинником світового розвитку і усуваючи обмеження на переміщення праці й капіталу через кордони, глобалізація відкриває нові можливості для розвитку економіки, а відповідно і ринку праці України через зростання контактів і зв'язків у сфері економіки, торгівлі, технологій, культури, інформації.

В умовах глобалізації міжнародний ринок праці являє собою новий рівень розвитку ринку робочої сили, який забезпечує посилення зв'язків між країнами світу. Значний розвиток світового господарства спричинив активізацію участі країн у задоволенні потреб економік світу в робочій силі незалежно від місця проживання людини. Тому особливої актуальності набуває потреба вивчення сучасних тенденцій розвитку міжнародному ринку праці. Політика інтеграції України до інституцій ЄС передбачає, в тому числі, й подальшу гармонізацію національного законодавства у сфері сприяння зайнятості населення. Важливим орієнтиром розвитку українського ринку праці виступає система статистичних показників економічної активності населення, детальний аналіз яких та порівняння, на постійній основі, з аналогічними значеннями країн ЄС дозволить оцінювати основні тенденції руху та ефективність політики у сфері сприяння зайнятості в Україні. Ключову роль при реформуванні національного ринку праці слід приділити підвищенню соціально-економічних стандартів економічно активного населення.

Список використаних інформаційних джерел

1. Давидюк Л. П. Нестандартні форми зайнятості в системі трансформації міжнародного ринку праці // Економічний аналіз : зб. наук. праць. – Тернопіль, 2015. – С. 30–34.
2. Кукуруза І. І., Ромащенко Т. І. Україна у світових процесах трудової міграції. – Черкаси : ЧНУ ім. Богдана Хмельницького, 2018. – 252 с.
3. Міграція в умовах трансформації регіональних ринків праці України: механізми регулювання / ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долишнього НАН України». – Львів, 2019. – 263 с.
4. Сирочук Н. А. Міжнародна трудова міграція українців до країн ЄС. – Регіональна економіка. – 2014. – 21 с.
5. Skliar I., Pedchenko N., Strilec V., Novikova V., Kozmenko Y. (2020). Assessment of the reforms and programs results of Ukraine's economy sustainable development by means of neural networks. Problems and Perspectives in Management. Vol. 18(3). P. 81–92.

ОСОБЛИВОСТІ МІЖНАРОДНОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ КОМПАНІЇ «BMW GROUP»

В. А. Цимбаленко, студентка спеціальності Міжнародні економічні відносини, група МЕВ МБ 6-41

Л. С. Франко, науковий керівник, завідувач кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин
Вищий навчальний заклад Укооспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Маркетингова стратегія – це унікальна формула для кожного підприємства, в основі якої лежить розуміння своєї місії, свого місця на масштабнішому ринку порівняно з конкурентами, а також потенційної клієнтурі. Кожен суб'єкт господарювання має усвідомлювати, що ринок – це середовище, де панує висока конкуренція. Для того, щоб на ринку зайняти своє власне місце, компанія має утримувати такі конкурентні переваги, які б дозволили задовольнити інтерес та вимоги самого прискіпливого клієнта. Ефективна маркетингова стратегія поєднує три основних складових у золоту формулу успіху. Перша складова – місія; друга – конкурентні переваги; третя – окреслені ринкові сегменти, готові купувати продукт, який перевершує свої конкурентні аналоги [1].

«BMW» – німецький автобудівний та авіамоторний концерн і однойменна торгова марка автомобілів преміум- та люкс-класу і мотоциклів. Концерн є материнською фірмою (холдингом) об'єднання BMW Group, в яке входять такі окремі виробництва: мотоцикли BMW, автомобілі марок BMW, Rolls-Royce, MINI, дочірні виробництва BMW M, BMW i.

Компанія «BMW Group» виводить стратегію на новий рівень, зважаючи на заплановане зростання числа електрифікованих транспортних засобів в мережі постачання та інтеграцію вимог щодо сталого розвитку. Відповідно планів «BMW Group» до 2030 року на дорогах має бути більше семи мільйонів електрифікованих автомобілів, дві третини з яких будуть повністю електричні. У цьому масштабі відділ закупівель «BMW Group» не тільки гарантує, що ланцюжок поставок може обробляти великі обсяги, але і виконує вимоги сталого розвитку. Таким чином, відділ закупівель «BMW Group» робить життєво важливий внесок у перехід компанії в бік електронної мобільності.

Основна ідея, яка покладена в основу нової стратегії «BMW Group», полягає в тому, що всі зміни, які відбуваються в автомобільному світі завдяки вдосконаленню цифрових технологій передачі даних, є відмінною можливістю зробити процес водіння більш простим, безпечним і зручним, тим самим залучаючи нових клієнтів. Найближчими роками концерн зосередиться на розширенні свого технологічного потенціалу і створення ще більш тісного зв'язку між людиною, автомобілем і різними сервісами.

Отже, акцент у технічному розвитку буде зроблений на послідовному досягненні подальших цілей у сфері електрифікованого транспорту й автономного водіння. Об'днуючи потенційні можливості, подаровані цифровими технологіями, «BMW Group» зміцнює свої лідерські позиції в цій сфері. Основний акцент зроблений на високоточних електронних картах, сенсорних і хмарних технологіях, а також на штучному інтелекті – галузях, що визначають успіх у даному сегменті. Інвестиції «BMW Group» у сервісі HERE вже забезпечили доступність високоточних карт [2].

«BMW Group» стабільно розширює свою діяльність у сфері сталого розвитку паралельно із швидким зростанням виробництва електромобілів. Закупівлі зосереджені на трьох основних сферах:

- дотримання екологічних та соціальних стандартів і повага до прав людини;
- охорона природних ресурсів;
- скорочення викидів CO₂ у ланцюзі постачання.

Ці заходи вже дають результати при використанні поновлюваних екологічно чистих джерел енергії для виробництва акумуляторних елементів і більш широке використання вторинних матеріалів знижують викиди CO₂ у ланцюзі постачання BMW iX на 17 % у порівнянні з тим самим автомобілем, виробленим без цих заходів.

У той же час BMW Group також обмежує використання критичної сировини і знижує кількість кобальту в катодному матеріалі для нинішніх акумуляторних батарей п'ятого покоління до рівня менше 10 %, а також збільшує кількість вторинного нікелю до 50 %. Електропривід більше не вимагає використання рідкоземельних елементів [2].

Варто звернути увагу, що вирішальну роль у «BMW Group» у формуванні майбутніх змін у світі персональної мобільності відіграє і правильна побудова корпоративної культури та культури лідерства.

Список використаних інформаційних джерел

1. Лекція 2. Маркетингова стратегія. Культура і креативність [Електронний ресурс] : веб-сайт. URL: <https://www.culturepartnership.eu/ua/publishing/marketing/marketing-strategy> (дата звернення: 25.03.2021).
2. Стратегія сталого розвитку та новий рівень електромобільності від BMW Group [Електронний ресурс] : веб-сайт. URL: <https://bmw.dp.ua/ua/strategiya-ustoychivogo-razvitiya-i-novyy-uroveny-elektromobilnosti-ot-bmw-group> (дата звернення: 25.03.2021).

РОЗВИТОК ДВОСТОРОННІХ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН МІЖ УКРАЇНОЮ ТА ІТАЛІЄЮ

А. А. Котенко, студентка спеціальності Міжнародні економічні відносини, група МЕВ МБ 6-11

Л. С. Франко, науковий керівник, завідувач кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин

Вищий навчальний заклад Укооспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Ускладнення економічної ситуації у світі сприяє до необхідності поглибленого вивчення економічних зв'язків з країнами-партнерами. За даними митної статистики України, у 2020 році Італія залишалася восьмим торговельним партнером України серед країн світу за обсягом торгівлі товарами [2]. За обсягом товарообігу України з країнами Європи Італія посідала друге місце у 2020 році, поступаючись лише Польщі. Обсяг українського експорту в Італію перевищує сукупний експорт до США, Великої Британії, Франції, Японії, ПАР та Канади разом узятих [1].

У 2020 році товарообіг між країнами становив 4 056,7 млн дол. США (–336,9 млн дол. США або –9,4 % порівняно з 2019 роком). При цьому експорт склав 1 931,1 млн дол. США (скоротився на 487,8 млн дол. США, що становить зменшення на 20,2 %). Імпорт склав 2 125,6 млн дол. США (зріс на 50,9 млн дол. США або на 3,2 %). Негативне для України сальдо склало 194,5 млн дол. США. Загалом показники співвідносні загальній тенденції торгівлі Італії з іноземними країнами, які за даними

італійського статистичного агентства за III квартали 2020 року демонструють зменшення імпорту з країн Європи не членів ЄС на 25,5 %, експорту в ці країни на 11,6 %.

Таблиця 1 – Динаміка товарообігу між Україною та Італією у 2016–2020 рр. (у млн дол. США) [1]

Рік	2016	2017	2018	2019	2020
Товарообіг	3 250,8	4 073,2	4 610,4	4 493,6	4 056,7
Обсяг експорту	1 929,6	2 469,8	2 628,3	2 418,9	1 931,1
Обсяг імпорту	1 321,2	1 321,2	1 321,2	1 321,2	1 321,2
Сальдо	+608,4	+608,4	+608,4	+608,4	+608,4

Слід зазначити, що відбулося скорочення обсягів торгівлі через зменшення обсягів українського експорту до Італії за сировинними товарними позиціями, до виробництв, які суттєво постраждали від обмежень запроваджених для запобігання поширенню COVID-19, а саме – чорні метали (–26,1 % на 329,7 млн дол. США з 1262,6 до 932,9 млн дол. США), зернові культури (–43,5 % на 122,9 млн дол. США з 282,7 до 159,8 млн дол. США), глини (–29,5 % на 23,8 млн дол. США з 80,8 до 57,0 млн дол. США), шкіри (–35,8 % на 10,7 млн дол. США з 29,9 до 19,2 млн дол. США [1].

При цьому простежувалося зростання постачання до Італії продукції за товарними групами з високою доданою вартістю продукції. Зокрема, у п'ять разів зросли обсяги експорту оптичних приладів – до 3,9 млн дол. США; на 17,0 % у 2020 році збільшилися обсяги експорту електричних машин – до 10,0 млн дол. США; на 14,4 % – реактори ядерні, котли, машини та на 13,5 % збільшилися обсяги експорту залізничних локомотивів. Окрім того, більше ніж утричі зросло постачання добрив (з 7,0 до 24,7 млн дол.США) і майже втричі – меду, до з 2,7 до 5,2 млн дол. США.

Основними товарами у структурі імпорту в Україну були машини, устаткування, котли, електричні машини й обладнання (619,9 млн.дол.США – 29,2 %), тютюн (183,4 млн дол.США – 8,6 %), фармацевтична продукція (176,3 млн дол. США – 8,3 %), вина (108,8 млн дол. США – 5,1 %), транспортні засоби (101,2 млн дол. США 4,8 %), пластмаси (101,1 млн дол. США – 4,8 %), прилади, апарати, комп'ютерна техніка, оптика (75,1 млн дол. США – 3,5 %), косметичні засоби, парфуми

(57,5 млн дол. США – 2,7 %), вироби з чорних металів (54,1 млн дол. США – 2,5 %), Фактично вчетверо до 29,7 млн дол. США знизились обсяги закупівлі продуктів переробки нафти, внаслідок чого їх частка в обсязі імпорту скоротилась з 5,4 % до 1,4 % [1].

Аналіз основних показників двосторонньої торгівлі між Україною та Італією у 2020 році дає змогу зробити висновок, що Італія є важливим стратегічним торговельним партнером України на європейському ринку. Для Італії Україна є потенційно важливою територією для ведення бізнесу а також реалізації міжнародних проектів.

Список використаних інформаційних джерел

1. Посольство України в Італійській Республіці, в Республіці Мальта та в Республіці Сан Марино (за сумісництвом) [Електронний ресурс] : веб-сайт. URL: <https://italy.mfa.gov.ua/> (дата звернення: 21.03.2021).
2. Торгово-промислова палата Італії в Україні [Електронний ресурс] : веб-сайт. URL: <https://ccipu.org/ua> (дата звернення: 21.03.2021).

SOCIAL ROLE OF COOPERATIVES IN DEVELOPING COUNTRIES

Haris Farooqi, Student Majoring in «International Economic Relations», group МЕВ МБ 6 англ-41

A. Pozhar, Associate Professor of International Economics and International Economic Relations Department, PhD in Economics, Scientific Advisor

Higher Educational Establishment of Ukoopsilka «Poltava University of Economics and Trade», Poltava

Formulation of the problem. The cooperatives are formed to secure low cost credit, to purchase supplies and equipment for farming and household needs, to market products, even to secure many services, like electric power, irrigation, health, and insurance. Cooperatives can be used in many ways to benefit people in the everyday needs of life. The meaning of cooperation is that isolated and powerless individuals can, by combining with one another, achieve advantages available to the rich and the powerful so that they may advance not only materially but also morally. In other words a cooperative is a business organization that is owned by those who use its services, the control of which rests equally with all the

members. It is voluntary and democratic and the moral element is as important as the material one. Furthermore, it recognizes social, educational, and community values.

The objective of the study is to analyze social role of cooperatives in developing countries.

Presentation of the main research results. It is easier to understand the concept of the cooperative by knowing its specific objectives. They can be summed as follows: 1) They aim to provide goods and services; 2) They aim to eliminate the unnecessary profits of middlemen in trade and commerce; 3) They seek to prevent the exploitation of the weaker members of society; 4) They aim to protect the rights of people both as producers and consumers; 5) They promote mutual understanding and education among their members and people in general.

Due to their democratic organization and their economic orientation, cooperatives contribute significantly to social integration, job creation and the reduction of poverty. Cooperatives are thus stabilizing regional economic cycles and can generate regional employment.

Cooperatives in Bangladesh are organized under the Department of Cooperatives in the Ministry of Local Government and Rural Development of Bangladesh. According to the latest report, there are 190 360 cooperatives in Bangladesh, among which 22 are at the national level, whereas 1160 and 189 181 are in the form of central-level and primary-level cooperatives. The total enrollees of cooperatives are 10 333 310. Notably, this number includes only members, and not their spouses or dependents. Hence, it can be argued that much of the about 160 million Bangladeshi population is covered in some manner under the umbrella of these cooperative societies. Cooperatives play a significant role in access to equitable healthcare service use at an affordable price, introducing health plans along with their other functions. Again, by introducing this business model in a cooperative, there may be scope for low-income communities to increase their income and the affordability of purchasing any good or service.

The government of Bangladesh is committed to spreading the cooperative movement across the country to ensure the socioeconomic and cultural emancipation of the people. In addition, the Department of Cooperatives is preparing a comprehensive marketing plan that will facilitate the production, storage, processing, transpor-

tation and marketing of products provided by the members of cooperatives.

Milk Vita is Bangladesh's largest dairy company and the leading supplier of fresh milk and dairy products such as butter and yogurt to Dhaka. Private dairies even copy some of Milk Vita's business model. For the last 10 years Milk Vita has stood on its own two feet, without subsidies from either the international community or the government. In 1998, 40 000 farmers, who pay a nominal fee to join the cooperative, earned a total of US\$9.3 million through the sale of 30 million litres of milk. Farmers receive crucial animal services such as vaccinations and artificial insemination. Dividends decided by the cooperative flow back to producers – in 2000, US\$1.5 million was paid out. The price of milk is set by the cooperative based on current demand. The best news of all is that Milk Vita will expand into four new areas of Bangladesh where traditional small-scale milk production still prevails – to be financed not by international charity but by the cooperative's own profits.

Created in 1976 in Bangladesh, the Grameen Bank uses microcredit to fight against poverty. By creating a banking system based on trust and creativity, Muhammad Yunus breathed new life into traditional banking mechanisms. The Grameen Bank specialises in microcredit, and today works in more than 50,000 villages. Out of the billions of dollars lent, Muhammad Yunus' «bank to the poor» registers repayment rates of around 99 %, indicative of how seriously it takes the process of selecting projects. The Grameen Bank is also unique in that it is 94 %-owned by micro-entrepreneurs, the majority of whom are women, with the Bangladeshi government owning only the remaining 6 %. This reinforces its social credibility and guarantees its independence.

Conclusions. Thus, one can summarize that credit cooperative institutions provide actively their international financial expansion either on their own or through cooperation with other coops. From one hand, this makes them closer to corporation-like financial business, from the other hand, they retranslate some of their cooperative ideas, values and principles on financial markets of the other countries.

References

1. Bangladesh dairy cooperative lifts farmers out of poverty. *Food and Agriculture Organization of the United Nations*. URL: http://www.fao.org/english/newsroom/focus/2002/milkvita_main.htm [Accessed 20.03.2021].

2. Khadker S. (1998), Fighting poverty with microcredit. Experience of Bangladesh. Oxford University Press, 241 p. URL: <http://documents1.worldbank.org/curated/en/549951468768619206/pdf/multi-page.pdf> [Accessed 20.03.2021].
3. Mia A. (2016), Microfinance Institutions and Legal Status: An Overview of the Microfinance Sector in Bangladesh. Journal of Asian Finance, Economics and Business. Volume 3, Issue 2 (2016), P. 21–31. URL: <https://www.koreascience.or.kr/article/JAKO201616759692221.pdf> [Accessed 20.03.2021].

INTERNATIONAL ACTIVITY OF CREDIT COOPERATIVE INSTITUTIONS

Taha Muhammad, Student Majoring in «International Economic Relations», group МЕВ МБ 6 анал-41

A. Pozhar, Associate Professor of International Economics and International Economic Relations Department, PhD in Economics, Scientific Advisor

Higher Educational Establishment of Ukoopspilka «Poltava University of Economics and Trade», Poltava

Formulation of the problem. Once created as micro-finance non-profit organizations for mutual financial self-help, credit cooperatives (known often as credit unions, cooperative banks, people's banks etc.) have grown to solid financial institutions which often play significant role in financial sector of their countries. Moreover, some of these credit cooperatives started their international expansion and nowadays play outstanding role in international financial relations.

The objective of the study is to analyze international activity of credit cooperative institutions and their infrastructural organizations.

Presentation of the main research results. International financial activity of credit cooperatives is executed both by the coops themselves and by their unions, alliances, associations etc.

The European Association of Co-operative Banks (EACB is the umbrella body and spokesman for Europe's 4,500 co-operative banks. The EACB defends the interests of the co-operative banks in fields such as legislation and competition issues. For this, the EACB is a main interlocutor of the European Parliament, the European Commission, the European Central Bank, the national banking associations, the representative organizations of the SME's and International Organizations. The EACB participates actively in the European decision making process such as about payment systems,

accounting standards, money laundering. The EACB promotes co-operative values towards European Institutions and other relevant stakeholders by producing studies, researches and statistics on co-operative banks and by disseminating them in public events. The EACB is also a platform for exchanges of information between co-operative banks and for maintaining good relations. The member cooperative banks are coming from: Austria, Belgium, Cyprus, Denmark, Finland, France, Germany, Greece, Ireland, Italy, Luxembourg, Netherlands, Portugal, Spain, Sweden, UK, Switzerland.

Unico Banking Group was founded by six co-operative banking organizations in 1977. Unico's mission is to support co-operation between the member banks and Unico acts as a forum and a platform for its members. The Unico secretariat coordinates strategic committees on payment systems, capital markets and agriculture in Eastern European Countries. Their aim is to explore opportunities for cooperation, either Group wide or bilaterally, and to develop specific products and services that will enhance the member banks' offering to their clients. This means clients remain with their own bank. Specific activities of Unico are UniCash, an international cash management service developed by Unico in co-operation with external parties, and Unico Car Lease, a partnership with European and US car leasing companies. Unico is also involved in the Unico lease network a cooperation between seven European leasing companies. The member cooperative banks are coming from: Austria, Finland, France, Germany, Italy, Netherlands, Spain, Switzerland.

The International Confederation of Popular Banks (CIBP), founded in 1950, is an international, non-government organization recognized by the United Nations (UNO), which associates banking and financial institutions and organizations, to encourage the development medium-sized companies, entrepreneurs and individual customers. Most of the member institutions of the CIBP have a cooperative structure including solidarity and guarantee mechanisms. Their main advantage is their network of regional banks closely involved in local economic life. The member cooperative banks are coming from: Austria, Belgium, France, Germany, Greece, Italy, Spain.

The Raiffeisen Zentralbank (RZB) is the central institution and supporting institution of nine Regional Raiffeisen Banks (Raiffeisenlandesbanken) the 48 local Raiffeisen banks in Austria, which dominate the Austrian retail banking sector with a market share of around

25 % in deposits and loans. The most important subsidiary is Raiffeisen International, which holds the international activities. These international activities consist mainly of its retail network in Eastern Europe, where it is one of the major players. It is also planned to further invest in the Eastern European activities. Raiffeisen International is a fully-consolidated subsidiary of Raiffeisen Zentralbank Österreich AG (RZB). RZB owns about 69 per cent of the common stock, the balance is free-float. The shares are traded on the Vienna Stock Exchange. RZB is for 87,80 % owned by the nine Raiffeisenlandesbanken. The Österreichische Volksbanken AG is with more than 5 % the largest outside shareholder.

Volksbanken (VBAG) is the central bank for the 64 Volksbanken, which have their roots in the small and medium-sized urban areas. Furthermore, it acts as a commercial bank for the larger customers and as a service provider for the primary banks. VBAG is expanding its presence in Eastern Europe. Its retail network will also be used by the Italian, French and German co-operatives, as well as Victoria Versicherung. Furthermore VBAG works together with other co-operatives within Volksbank International AG (VBI). VBI is an international joint venture Österreichische Volksbanken-AG 51 %, Banque Fédérale des Banques Populaires 24,5 % and DZBank / WGZ-Bank 24,5 %. The French participation in VBI is interesting, as it is an example of a cross border investment.

Crédit Mutuel (CM) is the second co-operative bank in France. The bank has grown considerably since 1998, the year when it acquired 'Crédit Industriel et Commercial' (CIC). After the acquisition, CIC continued to operate independently from CM. The banks kept their branch networks intact and both brands still offer their own products. In the past ten years CM expanded in Belgium, Luxembourg and Switzerland. Recently CM announced that it will takeover the retail activities of Citibank Deutschland. With this takeover CM gets a 7 percent market share on the German retail banking market, this market will become the second home market of CM.

Rabobank Group is a full-range financial services provider that operates on cooperative principles. Its origins lie in the local loan cooperatives that were founded in the Netherlands nearly 110 years ago by enterprising people who had virtually no access to the capital market. The Rabobank Group comprises 174 (year end 2007) independent local cooperative Rabobanks in the Netherlands plus their central organization Rabobank Nederland (RN) and its subsidiaries.

Rabobank has a two-tier structure. The local banks are members and shareholders of the supralocal cooperative organization, RN, which advises the banks and supports their local services. RN further acts as an (international) wholesale bank and as a bankers' bank to the Group and is the holding company of a large number of specialized subsidiaries such as; Interpolis Eureko (39 %), Robeco and Rabo Bouwfonds (100 % owned subsidiaries). Rabobank Group is represented in 43 countries.

Conclusions. Thus, one can summarize that credit cooperative institutions provide actively their international financial expansion either on their own or through cooperation with other coops. From one hand, this makes them closer to corporation-like financial business, from the other hand, they retranslate some of their cooperative ideas, values and principles on financial markets of the other countries.

References

1. International Cooperative Banking Association. URL: <https://uia.org/s/or/en/1100035051> [Accessed 21.03.2021].
2. The European banking sector and the co-operative banks. URL: <https://economics.rabobank.com/contentassets/f24337e6c6754c2aa72fde285f29b871/sp0806bvr-overview-european-co-operative-banking-sector.pdf> [Accessed 21.03.2021].

THE ROLE OF CREDIT UNIONS IN FINANCIAL SYSTEMS OF EUROPEAN COUNTRIES

Owoeye Azeez, Student Majoring in «International Economic Relations», group МЕБ МБ 6 аял-41

A. Pozhar, Associate Professor of International Economics and International Economic Relations Department, PhD in Economics, Scientific Advisor

Higher Educational Establishment of Ukoopsilka «Poltava University of Economics and Trade», Poltava

Formulation of the problem. Over 57,000 credit unions operate in 105 countries worldwide. By providing community-based financial services, credit unions empower people to access high quality and affordable financial services. They help 217 million members – many of them reliant on low income and/or financially excluded – to create opportunities such as starting small businesses, building family homes and educating their children. In young democracies in particular,

members encounter their first taste of democratic decision-making through the member-owned credit union.

The objective of the study is to analyze the role of credit unions (and other credit cooperatives) in financial systems of European countries.

Presentation of the main research results. The first successful credit unions began in Germany under the leadership of cooperative pioneer Hermann Schulze-Delitzsch. These credit unions would be recognizable today, since they adhered to the basic aspects of the co-operative identity: that is, they were “based on the values of self-help, self-responsibility, democracy, equality, equity and solidarity. In the tradition of their founders, co-operative members believe in the ethical values of honesty, openness, social responsibility and caring for others.” Schulze-Delitzsch is credited with developing the bond of association which still forms the legal basis for credit unions today.

The local people’s banks and Raiffeisen banks (Volksbanken and Raiffeisenbanken) are the basis of the cooperative financial network (Finanzverbund) and are supported by two central banks, by different enterprises of the cooperative financial network, the so-called “Verbundunternehmen” as well as by regional federations. The national federation is the BVR. At present, 1,197 independent Volksbanken and Raiffeisenbanken are acting on local level. These credit cooperatives are present with more than 13,500 branch offices throughout Germany and employ 160,750 staff. The banks are organized locally, rooted in their region and consider themselves as partner of SME. The members’ relation in a cooperative bank is also today strongly developed. Thus, the credit cooperatives have more than 30 million customers, thereof approx. 16 million are also members.

Credit unions in the United Kingdom were first established in the 1960s. Credit unions are member-owned financial cooperatives operated for the purpose of promoting thrift, providing credit and other financial services to their members. Credit unions in the UK now offer a wide range of services to their members; including current accounts, payroll deductions, standing orders and insurance. Co-operative or mutual organizations engaging in cooperative banking, such as building societies, have existed in the UK since the 18th century.

In Britain the number of active credit unions fell from 565 in 2004 to 390 in 2012; some merged, but others became insolvent. Six ceased trading in 2012, and at least eight had ceased in 2013 by the

end of July. However, the number of members has increased from 1.04 million in 2012 to 2 million in 2018. Many credit unions are actively engaged in battling high interest payday loan organizations and loan sharks, offering an affordable credit alternative.

The majority of credit unions in the Republic of Ireland and Northern Ireland are represented by the Irish League of Credit Unions (ILCU). Credit unions affiliated to the ILCU have 3.6 million members throughout the island of Ireland. Globally, this is one of the highest numbers of credit union members per head of population.

Like other European countries, Spain has a long tradition of cooperative banks. Although some credit unions existed previously, essentially they date from the early twentieth century, originating as institutions founded by medium and small-sized farmers to improve their access to banking services. However, they occupied a marginal position in the financial system until the legislative reforms of the 1970s. During the two last decades of the twentieth century, Spanish cooperative banks suffered a deep crisis, two changes in their organizational model and the shock of transformation and innovation in the financial system. Currently, the sector is made up of 65 small institutions with a relatively small market share: slightly over 4.4 % of total assets. Their model of organization has been threatened by weak cohesion and by not behaving as a true group. The financial crisis that started in 2007 affected Spanish cooperative banks less than other institutions, especially saving banks, because they held higher levels of capital and their business was retail-oriented. The more competitive environment nowadays could jeopardize the valuable principals which inspire the cooperative movement. Economic viability can and must be compatible with the democratic principle of 'one member, one vote', with enhancing ownership participation, with neighbourhood and community, with transparency and with their combination of social and financial objectives.

Sweden has a long history of innovative and alternative financial institutions. One of these is a unique type of credit union. Such a Swedish credit union with a 1 000 member limit is fully capable of taking in deposits and comes without any type of capital requirements. This entity is registered in the form of an ekonomisk forening as it is known in Swedish which means economic association. Financial services can only be offered to members and such financial services are normally restricted to the accepting of deposits and the making of loans to its members.

A Swedish Credit Union can take deposits and make loans to its members, and is exempted from license requirement if it has a maximum of 1 000 members at any time.

In Poland, the SKOK (Spółdzielcze Kasy Oszczędnościowo-Kredytowe) network has grown to serve over 1 million members via 13,000 branches, and is larger than the country's largest conventional bank.

Conclusions. In Europe, credit union systems vary significantly in terms of total assets and average institution asset size, ranging from volunteer operations with a handful of members to institutions with hundreds of thousands of members and assets worth billions of US dollars. In 2018 the number of members in credit unions worldwide was 274 million, with nearly 40 million members being added since 2016.

References

1. Cooperatives in Germany. URL: <https://germancoop.wordpress.com> [Accessed 23.03.2021].
2. Karafolas S. (2016), Credit Cooperative Institutions in European Countries. URL: <https://www.springerprofessional.de/credit-cooperative-institutions-in-european-countries/10093880> [Accessed 23.03.2021].
3. Swedish credit union. URL: <https://slogold.net/sweden-credit-union.html> [Accessed 22.03.2021].

DEMUTUALIZATION OF MODERN COOPERATIVES IN EUROPE AND NORTH AMERICA

Joseph Oldman Ndow, Student Majoring in «International Economic Relations», group МЕВ МБ 6 англ-41

A. Pozhar, Associate Professor of International Economics and International Economic Relations Department, PhD in Economics, Scientific Advisor

Higher Educational Establishment of Ukoopsilka «Poltava University of Economics and Trade», Poltava

Formulation of the problem. Demutualization is the process by which a customer-owned mutual organization (mutual) or co-operative changes legal form to a joint stock company. It is sometimes called stocking or privatization. As part of the demutualization process, members of a mutual usually receive a “windfall” payout, in the form of shares in the successor company, a cash payment, or a mixture of both. Mutualization is the opposite process, wherein a

shareholder-owned company is converted into a mutual organization, typically through takeover by an existing mutual organization.

The objective of the study is to analyze demutualization of cooperatives in North America and Europe.

Presentation of the main research results. Cooperative traditionally raises capital from its customer members in order to provide services to them. It redistributes some profits to its members. By contrast a joint stock company raises capital from its shareholders and other financial sources in order to provide services to its customers, with profits or assets distributed to equity or debt investors. In a mutual organization, therefore, the legal roles of customer and owner are united in one form (“members”), whereas in the joint stock company the roles are distinct. This allows a broader capital base if the customers cannot or will not provide sufficient financing to the organization. However, a joint stock company must also try to maximize the return for its owners instead of only maximizing the return and customer services to its customers. This can lead to a decline in customer service to the extent that customers’, management’s and shareholders’ interests diverge.

Numerous agricultural supply and marketing cooperatives have demutualized. One of the largest, CF Industries, a manufacturer and distributor of fertilizers in the United States, was for 56 years a cooperative federation. CF then demutualized and made an initial public offering of equity stock in 2005.

One more American case of cooperative demutualization is about the Diamond Walnut Growers cooperative. The general meeting of the cooperative approved a proposal in 2005 to be merged into an existing stock company. The outcome of the demutualization on members varied according to each member. Members who planned to continue to grow walnuts for the next 10 years were expected to loose out in the demutualization because they were going to get worse rewards to their produce. On the other hand, members who planned to cease production immediately found that the demutualization was a good move. The main value of the Diamond Walnut Growers was its brand name, and the members believed that utilizing it in the new structure would attract external finance and help to penetrate new markets.

Many savings and credit cooperatives of Canada have gone through the consolidation process. The consumers cooperatives and their second level cooperatives for wholesale and marketing under-

went a severe crisis, and in many cases disappeared. Only cooperatives that specialized in niche markets such as organic food have been successful. This was the case for the cooperative SPIN which was established in the town of Saskatoon, Saskatchewan. According to their website, this model has been extended to the Canadian provinces of Ontario and British Columbia.

During the period between 1998–2002 the number of Canadian agricultural cooperatives that have been converted has increased, especially in Quebec, and especially among cooperatives for agro-processing. There was a decline of 26 % in the production made by agricultural cooperatives in Canada during these 4 years. Another sector facing increased demutualization in Canada is that of insurance and mutual health cooperative.

If we examine the demutualizations which took place among cooperatives in Western Europe and especially the countries which are members in the European Union, we find that the phenomena was similar to other part of the world where demutualization occurred. The demutualization process, which received special attention in Western Europe, started already at the beginning of the nineties.

As well as the many agricultural supply cooperatives that demutualized, a small number of general retail consumer's cooperatives have demutualized or considered demutualization. In 1997, Andrew Regan launched an unsuccessful hostile takeover bid to demutualize the UK's giant Co-operative Wholesale Society, which, despite its name, was a large retailer in its own right. In 2007, the tiny Scottish retailer, Musselburgh and Fisherrow Co-operative Society, completed most or all of the steps necessary to demutualize. In 2008, a Swiss competition regulator recommended demutualization to Switzerland's leading supermarket chains, Coop and Migros.

Expand-section Irish grocer-owned retailers' cooperative, ADM Londis, changed its capital structure in 2004 to an unlisted public limited company, allowing its owners to trade its stock privately at market value.

Another sector in Western Europe where demutualization took place is cooperative banking. A good example of cooperative banks in France which created stock companies, is the example of the Credit Mutuel of France. This cooperative bank was established in 1882 in Strasbourg and influenced by the German model of Raiffeisen. In 2005 this was the third largest bank in France. The

bank is divided into three levels. At the local level it includes 1800 local funds. At the regional level there exist 18 regional federations, and all of these are members of the national federation. This cooperative bank established a CIC – a special holding which is based in the Parisian region, but engaged in vast international activities.

Conclusions. The demutualization which took place in North America and Europe teaches us some lessons: 1) Many of these conversions occurred in the agricultural sector; 2) The most common explanation for demutualization was that the cooperative is not an organization suited to the competitive market. A false argument since experience with other similar cooperatives at the market and at the same environment shows full success in their operation; 3) Cases where cooperatives have merged without converting showed better financial results than the situation prior to merging.

References

1. Demutualization. URL: <https://coop.fandom.com/wiki/Demutualization> [Accessed 22.03.2021].
2. Fulton M., Girard J/-P. (2015). Demutualization of cooperatives and mutuels. URL: https://canada.coop/sites/canada.coop/files/files/documents/en/2015_coop-dcm_report_eng_final_web.pdf [Accessed 22.03.2021].
3. Galor Z. (2018). Demutualization of Cooperatives: Reasons and Perspectives. URL: http://www.co-oppundit.org/files/demutualization_cooperatives_21508.pdf [Accessed 23.03.2021].

THE PLACE AND ROLE OF OPEC IN THE WORLD OIL MARKET

Cyril Endurance Ogugua, Student Majoring in «International Economic Relations», group МЕВ МБ 6 англ-41

A. Pozhar, Associate Professor of International Economics and International Economic Relations Department, PhD in Economics, Scientific Advisor

Higher Educational Establishment of Ukoopspilka «Poltava University of Economics and Trade», Poltava

Formulation of the problem. In the economic literature, the Organization of the Petroleum Exporting Countries (OPEC) is usually treated as a monopoly and a cartel. The dominant firm model is one of the variants of the cartel model. As a matter of fact, a large number of microeconomic texts use OPEC as an example of the

dominant firm. A number of studies in the literature have examined the dominant firm hypothesis using a variety of empirical methods, but the results are not entirely consistent. This abstract contributes to the literature by reassessing the dominant firm hypothesis with recent data and addressing a criticism against the use of the co-integration approach in the assessment of the dominant firm hypothesis.

The objective of the study is to analyze the place and role of OPEC in the world oil market.

Presentation of the main research results. If OPEC is effective in coordinating output, its members would produce according to their allocated quotas. Providing there is no major change in the relative quotas, one would expect the individual production level of each member country to move together with that of the rest of the organization at least in the long-run. In time-series terminology, these series are co-integrated. Also, if OPEC is able to influence oil prices by adjusting its production, we would expect causality to flow from OPEC production to oil price and then from oil price to non-OPEC production. The Granger causality test is used to examine this hypothesis.

For the empirical analysis, monthly data on oil production of OPEC member countries and the non-OPEC aggregate are used. The refiner acquisition cost of imported crude oil (RAC) is chosen as the representative oil price in this abstract. All the data series are obtained from the Energy Information Administration and are log-transformed. The period considered is from January 1992 to August 2007. Before performing the co-integration test, the augmented Dickey-Fuller test is employed to test for the existence of a unit root in each series. It is found that all series are integrated to the first order (the unit root results can be obtained from the author upon request). Table 1 reports the results of the pairwise co-integration tests on production levels between each OPEC member country and the rest of OPEC. Lags are included until the error terms are serially uncorrelated with no ARCH effects. The majority of the OPEC members do not move together with the rest of OPEC in their production levels. At the 5 % significance level, only Nigeria and Venezuela production are co-integrated with that of the rest of OPEC. It appears that OPEC is not successful in coordinating the production levels of its own members.

Table 1 – Pairwise Co-integration Tests

.	Lags	Trace Statistics	P-value
Algeria	4	10.01	0.640
Indonesia	5	13.469	0.098
Iran	6	10.137	0.275
Kuwait	3	11.270	0.198
Libya	5	11.901	0.163
Nigeria	5	17.274	0.025
Qatar	3	9.823	0.300
Saudi Arabia	3	15.303	0.052
U.A.E.	3	8.707	0.400
Venezuela	3	19.364	0.011

We criticize the reliance on the co-integration approach to test for the dominant firm hypothesis. Parallel movement is consistent with both the dominant firm and competitive hypotheses since the output levels of perfectly competitive firms would likewise be moving together in response to demand shocks and systematic cost fluctuations that impact the entire industry. This problem can be overcome to some extent by examining the relationship between OPEC and non-OPEC production. If OPEC were a part of the competitive world, we would expect its production level to be co-integrated with that of the non-OPEC producers. Co-integration cannot be found even at 10 % significance, suggesting that OPEC production does not share any common stochastic trend with non-OPEC production. Therefore, it can be concluded that the OPEC producers were acting differently from non-OPEC competitive producers and that OPEC is not an integral part of the competitive world.

Now we turn to the hypothesis that OPEC production determines the world oil price while the competitive fringe produces according to that price. In general, we conclude there is Granger causality when a variable helps predict the movement of another variable without feedback. OPEC production does not Granger-cause non-OPEC production or the oil price even at 10 % significance. On the other hand, rather surprisingly, both non-OPEC production and the oil price Granger-cause OPEC production and non-OPEC production Granger-causes the oil price. In summary, the flow of causation runs from non-OPEC production to the world oil price and then to OPEC production; this is a complete reversal of what one would expect if OPEC is influential in the world oil market. The empirical results in

this paper indicate that it is not appropriate to treat OPEC as a dominant firm.

Conclusions. Neither ‘optimistic’ (neo-functionalist and liberal-intergovernmentalist,) nor ‘pessimistic’ (postfunctionalist) theories provide as good an account of trends in European political (dis)integration during the last decade of crisis as a rival approach. The long-prevalent, ‘optimistic’ theories of integration cannot account for the observable recent (dis)integration trends.

References

1. Chen J. (2021). Organization of the Petroleum Exporting Countries. *Investopedia* URL: <https://www.investopedia.com/terms/o/opec.asp> [Accessed 24.03.2020].
2. Lioudis N. (2021). OPEC’s influence on global oil prices. *Investopedia* URL: <https://www.investopedia.com/ask/answers/060415/how-much-influence-does-opec-have-global-price-oil.asp> [Accessed 24.03.2020].
3. Raymond L. (2010). The role of OPEC in the world oil market. *International Journal in Business and Economics*, 2010, vol. 9, № 1. P. 83–85.

CURRENT TRENDS IN THE EUROPEAN INTEGRATION PROCESS

Enes Oncu, Student Majoring in «International Economic Relations», group MEB MB 6 MHOY-41

A. Pozhar, Associate Professor of International Economics and International Economic Relations Department, PhD in Economics, Scientific Advisor

Higher Educational Establishment of Ukoopspilka «Poltava University of Economics and Trade», Poltava

Formulation of the problem. The divergent outcomes in respect of political integration of the several crises that the EU has confronted during the last decade present a challenge for most ‘grand theories’ of European integration. There has been more political disintegration than some of the historically most influential, ‘optimistic’ theories would have anticipated, but less than more recently-developed and more ‘pessimistic’ theories, notably postfunctionalism, would have expected. Compared with these contrasting theories, a hegemonic-stability-theoretical approach to the EU’s crises provides a more convincing explanation of recent patterns of political integration and disintegration.

The objective of the study is to analyze the current trends in European integrational process.

Presentation of the main research results. Prevailing theories of European political integration have often been stumped by real-world integration trends. As it was in the past, so it is also today. During the last decade, the EU (European Union) has had to grapple with four almost simultaneous crises: over the Eurozone, Ukraine, refugees and the Schengen Area, and ‘Brexit’. The divergent (provisional) outcomes of these crises are once again hard to square with the ‘grand theories’ of European integration.

The EU has experienced numerous crises since the integration process was launched with the ECSC (European Coal and Steel Community) project in 1950. Prior to 2010, however, no crisis succeeded in reversing European integration: no issue-area for which the EU had become competent was ‘renationalized’, no reduction occurred in the powers of the EU’s supranational organs vis-à-vis the member states, and no member state ever left after having joined. The EU long proved to be very resilient to crises.

However, the EU has not survived the four crises since 2010 as well as it survived earlier ones. First, most notably, for the first time, following the 23 June 2016 UK referendum, it is on the verge of losing a member state. And not just any. If the UK should indeed leave it, the EU would lose its third-most populous member state, its second-biggest economy, and, along with France, the only other member state with nuclear weapons, a significant military power projection capacity, and a permanent seat on the United Nations Security Council. The UK’s scheduled withdrawal from the EU is thus a highly significant manifestation of horizontal disintegration, irrespective of whether it should prove contagious among other member states. Second, the Schengen/refugee crisis has also provoked limited sectoral and vertical disintegration. Policy on political asylum has effectively been re-nationalized, member states hostile to EU decisions to reallocate refugees have defied and undermined the authority of the European Commission and the ECJ (European Court of Justice), and the governments of several member states of the Schengen Area have maintained controls on some of their borders despite the Commission’s judgment that these are no longer warranted. The other two crises, in contrast, have had different outcomes in respect of political integration. The Ukraine crisis did not result in any change in the integration status quo. The EU

managed to maintain a common front against Russia and adopted and implemented economic sanctions against it using existing treaty provisions. In contrast to the other three crises, the Eurozone crisis has ended, provisionally at least, in closer political integration, as manifested, among other things, in the creation of a bailout fund, the ESM (European Stability Mechanism), and the adoption of a (partial) banking union and a new surveillance regime, including a 'Fiscal Compact' and the so-called 'Sixpack' and 'Two-pack' regulations, to discipline member states' fiscal and macro-economic policies.

The four crises have thus had a divergent impact on pre-existing degrees of political integration in the EU: more in the Eurozone crisis, the same in the Ukraine crisis, slightly less overall in the Schengen/refugee crisis and significantly less in the Brexit crisis. To explain this divergent pattern of (dis)integration outcomes represents a formidable challenge for the hitherto most influential theories of European integration.

This applies not only to the fundamentally 'optimistic' theories of integration that dominated the scholarly debate about this topic for most of the last few decades, but also to the principal competing, 'pessimistic' theoretical perspective on integration, that of postfunctionalism. Specific real-world developments are, of course, typically the product of the interplay of multiple variables, contingent as well as structural, that no single grand theory can fully explain. However, such theories ought to provide a reasonably accurate account of the overall direction in which a process is heading.

Conclusions. Neither 'optimistic' (neo-functionalist and liberal-intergovernmentalist,) nor 'pessimistic' (postfunctionalist) theories provide as good an account of trends in European political (dis)integration during the last decade of crisis as a rival approach. The long-prevalent, 'optimistic' theories of integration cannot account for the observable recent (dis)integration trends.

References

1. Dinan D. (2017) Crises in EU History, *The European Union in Crisis*. London: Palgrave Macmillan, 16–32.
2. Krotz U. and Maher R. (2016) Europe's Crises and the EU's "Big Three". *West European Politics*. Volume 39(5), 1053–1072.
3. Webber D. Trends in European political (dis)integration. An analysis of postfunctionalist and other explanations *Journal of European Public Policy*. Vol. 26, 2019. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13501763.2019.1576760> [Accessed 24.03.2020].

ІНФОРМАЦІЙНА ГЛОБАЛІЗАЦІЯ

А. В. Бажул, студента спеціальності Економіка, група Е ЕК-21
О. К. Кузьменко, науковий керівник, к. е. н., доцент кафедри економічної кібернетики, бізнес-економіки та інформаційних систем

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Сучасному суспільству притаманні такі ознаки, як збільшення ролі інформації і знань у житті суспільства, створення глобального інформаційного простору. Саме глобальний інформаційний простір формує ефективну інформаційну взаємодію людей, доступ до світових інформаційних ресурсів і задоволення людських потреб щодо інформаційних продуктів і послуг.

Глобалізація – це:

1) економічні, торговельні, фінансові, технологічні, політичні, соціальні, трудові, інформаційні та інші процеси, що мають глобальний масштаб і планетарний характер [1];

2) це якісно нова сходинка розвитку процесів інтернаціоналізації економічних, політичних, культурних і правових аспектів громадського життя, коли взаємозалежність національних соціумів досягла такого рівня, у результаті чого відбулися кардинальні зміни в житті всього світового співтовариства, яке поступово перетворюється на цілісний суспільний організм [3].

Глобалізаційні процеси – це [2]:

1) масовий і масштабний вихід людської активності за межі кордонів окремих держав на регіони й континенти;

2) зростання інтенсивності взаємозв'язків у сфері торгівлі, інвестицій, фінансів, міграційних і культурних процесів;

3) небувале до цього часу прискорення поширення ідей та інформації, обігу капіталів, переміщення товарів, міграції населення внаслідок розвитку всеосяжних систем транспорту та комунікацій;

4) стирання граней між місцевими й всепланетарними подіями.

Тобто під глобалізаційним процесом розуміють об'єктивний процес, який має системний характер, охоплюючи всі сфери життя суспільства.

Для характеристики сучасних процесів у суспільстві часто використовують поняття «інформаційне суспільство», «інфор-

маційна глобалізація» та інші поняття. Отже, глобалізація інформаційного суспільства – це [3]:

1) суспільство нового типу, яке формується в результаті глобальної соціальної революції, базисом якої є вибуховий розвиток та конвергенція інформаційних і телекомунікаційних технологій;

2) суспільство знання, де головним двигуном добробуту кожної людини і держави стає знання, яке набуто завдяки безперешкодному доступу до інформації та уміння її обробляти;

3) глобальне суспільство, в якому обмін інформацією не має кордонів – часових, просторових, політичних, де приймаються рішення щодо покращення всіх аспектів якості життя на основі наукової обробки даних та сучасного знання;

4) суспільство, яке сприяє як взаємопроникненню культур, так і відкриває кожному співтовариству нові можливості для самореалізації [4].

Тобто глобалізація інформаційних і телекомунікаційних секторів веде до створення й розвитку Глобальної інформаційної інфраструктури. У результаті цього формується єдиний інформаційний простір без кордонів. Цим самим підвищується правова грамотність населення, підсилюються процеси демократизації держави, поліпшуються можливості реалізації прав на свободу слова [5].

Отже, глобалізація в інформаційно-технологічній сфері проявляється в поширенні у транснаціональних масштабах інформаційних матеріалів, засобів і систем; становленні глобального інформаційного простору; розвиткові мережі Інтернет, яка створює можливості для швидкого транскордонного поширення інформації, яке перетворює світ на «глобальне село», де один одного знає і розуміє.

Таким чином, глобалізація, по-перше, породжує необхідність створення нового світового порядку для вирішення спільних проблем, по-друге, є позитивною рушійною силою, яка відкриває нові можливості.

Список використаних інформаційних джерел

1. Сіденко В. Р. Глобалізація // Енциклопедія сучасної України : у 30 т. / ред. кол. І. М. Дзюба [та ін.] ; НАН України, НТШ, Координаційне бюро енциклопедії сучасної України НАН України. – Київ, 2003–2016.

2. Глобалізація [Електронний ресурс] // Енциклопедія історії України : Т. 2 : Г-Д / Редкол. : В. А. Смолій (голова) та ін. НАН України. Інститут історії України. – Київ : Наукова думка, 2004. – 688 с. – Режим доступу: <http://www.history.org.ua/?termin=Globalizaciya>. – Назва з екрана.
3. Фролова О. М. Глобалізаційні процеси в інформаційній сфері та вплив на новий світовий порядок / О. М. Фролова // Міжнародні відносини. – 2017. – № 17. – Серія «Політичні науки». – Режим доступу: http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol_n/article/view/3328/3007. – Назва з екрана.
4. География в информационном мире : научное издание / Н. В. Багров. – Київ : Либідь, 2005. – 181 с.
5. Коляденко В. Поняття «інформаційне суспільство» у класичних і сучасних концепціях [Електронний ресурс] / В. Коляденко // Український науковий журнал. Освіта регіону. Політологія, психологія, комунікації.. – Режим доступу: <http://socialscience.com.ua/article/1042>. – Назва з екрана.

ВИКОРИСТАННЯ МАТЕМАТИЧНОГО МОДЕЛЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ ПРОЦЕСІВ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Ю. С. Драпакова, студентка спеціальності Менеджмент, група МЕН МІР-21

О. К. Кузьменко, науковий керівник, к. е. н., доцент кафедри економічної кібернетики, бізнес-економіки та інформаційних систем

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Кінець ХХ ст. характеризується використанням різноманітних математичних методів та підходів до розв’язання економічних задач на мікро- та макрорівнях. Були сформовані такі наукові напрямки, як економетрія (кореляційний аналіз, спектральний аналіз, дисперсійний аналіз, регресійний аналіз, кластерний аналіз, факторний аналіз, панельний аналіз); дослідження операцій у складі аналітичних методів (теорія ймовірностей, теорія марковських процесів, теорія масового обслуговування, динаміка середніх), статистичних методів (послідовний аналіз, метод статистичних випробувань), математичного програмування (лінійне, нелінійне, динамічне, методи мережевого планування), теоретико-ігрових методів (теорія ігор, теорія статистичних рішень); економічна кібернетика, в основі якої є теорія економічних систем і моделей (системний аналіз і

моделювання економіки, економічне регулювання), теорія економічної інформації (теорія інформаційних потоків, економічна семіотика), теорія керуючих систем (планування, проектування і впровадження автоматизованих систем керування); математична економіка (статичні та динамічні моделі міжгалузевого балансу, матричні моделі підприємств, лінійно-програмні моделі раціоналізації перевезень, теорії економічного росту, теорії виробничих функцій, аналіз попиту та пропозиції, регіональний та просторовий аналіз, глобальне моделювання); експертні методи економіки (математичні методи аналізу і планування економічних експериментів; імітаційне моделювання; ділові ігри; методи експертних оцінок (метод комісії, дельфійський метод, метод прогнозованого графа); методи оцінки ризиків; а також методи прогнозування [1, с. 20].

З початку XXI ст. донині відбувається поглиблення і розширення процесів математизації і комп'ютеризації економічної науки, яке пов'язане і нарощенням складності та абстрактності фундаментальних наукових знань, прискоренням глобальної економічної інтеграції, підвищенням ролі транснаціональних соціально-економічних, інформаційних і технологічних мереж, необхідності адаптації національних соціально-економічних систем до вимог світових економічних трендів [2, с. 51].

Актуальною залишається проблема керованості складними соціально-економічними системами та пошуку важелів впливу, які допомагають отримати бажаний стан. Процес розвитку таких систем, з точки зору математики, розглядають як динамічну модель. При побудові динамічних систем досить часто виникає ефект запізнення (затримка в реакції системи на певний проміжок часу), тому при вирішенні проблеми керованості застосовують лінійні та нелінійні диференціальні рівняння із запізненням.

Науковці пропонують ще інший метод аналізу поведінки систем, який полягає у використанні для їх опису нечіткі множини. Саме нечітка логіка застосовується, зокрема, при аналізі нових ринків, біржовій грі, побудові політичних рейтингів та прогнозів, виборі оптимальної цінової стратегії, оцінці рівня зрілості процесів захисту інформації, тощо. Також нечіткі множини були привнесені в область нейронних мереж, у результаті чого з'явилися моделі нечіткого висновку Мамдані, нечіткі нейронні мережі Такаґи Сугено та Ларсена й інші [2, с. 51–52].

Теорія нечітких систем як методологія дає змогу підвищити точність розрахунків і ефективність бізнесу. За її допомогою можна імітувати інтелектуальну діяльність людини шляхом моделювання різнопланових і складних об'єктів, використовувати неповну інформацію щодо об'єкта і створювати правила на основі знань і досвіду експертів [2, с. 15].

До сучасних методів моделювання економічних процесів належать і нейромережеві технології, які здатні вирішувати завдання, спираючись на неповну, зашумлену, викривлену інформацію. Важливою перевагою використання нейронних мереж для обробки масивів даних є значне підвищення швидкодії процесу в порівнянні з традиційними математичними методами, можливість навчання нейронної мережі за еталонними зразками, а також зміна топології мережі (добір вхідних параметрів, які гарантують отримання моделі найбільш високої точності).

Загалом на сьогодні такі математичні інструменти, як нечіткі методи, нейронні мережі, генетичні алгоритми та інші, все частіше застосовуються при аналізі поведінки соціально-економічних систем, оскільки, як показує практика, динаміка економічних процесів і явищ має нелінійний, часто непередбачуваний (хаотичний) характер. Однак при аналізі ринкової динаміки жоден з цих методів не може врахувати таку особливість ринку, як здатність до самоорганізації.

Отже, враховуючи цей аспект, при моделюванні економічних процесів у соціально-економічних системах, необхідно використовувати теорію фракталів. Загалом така властивість фрактала, як здатність до самоорганізації, дозволяє розглядати його як математичний об'єкт, що найбільш точно відповідає системній природі соціальних та економічних процесів, які протікають в умовах нелінійної динаміки багатьох зовнішніх та внутрішніх факторів впливу. Одним із прикладів найбільш ефективного застосування теорії фракталів є фрактальна модель фондового ринку.

Нині велика кількість трейдерів-практиків активно використовує синергетичний підхід, теорію хаосу та фрактальну геометрію, зокрема при формуванні прогнозів майбутніх змін цін і курсів. Для оцінки ризиків, властивих певному активу, у сучасній практиці фрактального аналізу фінансових ринків найчастіше використовують алгоритм R/S аналізу, який є дієвим інстру-

ментом дослідження фінансових показників у період інтенсивних коливань ринку [2].

Тож кожна економіко-математична модель, що пропонується до реалізації, має бути результатом ретельного дослідження економічного явища; відчуття та розуміння, інтуїтивних здогадок, спостережливості та винахідливості дослідника. Крім того, необхідно широке обговорення ключових економічних рішень у середовищі провідних експертів та фахівців, досягнення консенсусу із врахуванням емпіричних знань та досвіду, чітка прив'язка до конкретного часового проміжку, регіональних та інших особливостей [2, с. 55]. Отже, з огляду на вищенаведене це підвищить імовірність одержання бажаних результатів та можливостей практичного впровадження теоретичних здобутків.

Список використаних інформаційних джерел

1. Економіко-математичне моделювання : навч. посіб. / за ред. О. Т. Івашука. – Тернопіль : ТНЕУ «Економічна думка», 2008. – 704 с.
2. Вертелєва О. В. Математичне моделювання економічних процесів у умовах парадигмальних зрушень / О. В. Вертелєва // Інвестиції: практика та досвід. – 2019. – № 1. – С. 48–56.
3. Фадєєва І. Г. Основні напрями удосконалення бізнес-процесів та сучасна методологія їх моделювання та регламентації на засадах нечіткої логіки / І. Г. Фадєєва // Економіка і держава, 2014. – № 11. – С. 11–18.

THE COMPETITIVE STRATEGY OF “NIKE, INC.” IN THE GLOBAL SPORTSWEAR MARKET

O. Anwo, *Student Majoring in «International Economic Relations», group IER-41*

S. I. Tul, *Associate Professor of International Economics and International Economic Relations Department, PhD in Economics, Scientific Advisor*

Higher Educational Establishment of Ukoopspilka «Poltava University of Economics and Trade», Poltava

Formulation of the problem. The ability to build a transnational organizational capacity is a crucial factor in the international competitive environment that can help a firm respond to changes in a dynamic environment. Since the rapid pace of globalization has rendered conventional business practices obsolete, it is critical for

managers of transnational corporations (TNCs) to have a global mentality in order to be successful. Global strategic management has emerged as a result of the international activities of the company. Therefore, the study of competitive strategies of international companies is relevant today.

The objective of the study is to analyze the competitive strategies of transnational companies in conditions of growing international competition.

Presentation of the main research results. When forming a competitive strategy for modern TNCs, it is important to focus on relations with both consumers and competitors through marketing research, segmentation, positioning, and effective use of the marketing mix. The sportswear industry is one of the fastest-growing sectors of the world economy. In global and regional markets, transnational corporations are major manufacturers of sports shoes, clothing, and equipment. «Nike, Inc.» is a recognized leader in the market of sportswear and footwear [1]. Increasing competition among manufacturers of sports goods has put «Nike, Inc.» a difficult task: to maintain a leading position in the market and increase market share.

In an increasingly competitive environment, the management of «Nike, Inc.» combines cost leadership and differentiation strategies. The cost leadership strategy involves gaining a competitive advantage by reducing costs. The cost leadership is a core universal strategy that «Nike, Inc.» uses in various consumer markets. The main purpose of using this strategy for «Nike, Inc.» is the maintaining a leading position in the market through effective management of the value chain. This strategy allows «Nike, Inc.» to increase market share by focusing on the middle class, which accounts for a significant share of the total consumer market in developed countries. Middle-class consumers tend to attach great importance to the pricing factor, and cost leadership is the best strategy to meet the needs of this segment of consumers. «Nike, Inc.» emphasizes the availability of sportswear and footwear in different countries around the world, which contributes to the high brand recognition and rapid sales growth, as well as provides a solid foundation for competitive advantage. By reducing production costs and increasing the efficiency of the supply chain «Nike, Inc.» sets affordable prices for goods and offers discounts and coupons to achieve planned sales and overcome competitive pressure from key manufacturers of sports goods. The expected result of these discounts and advertising

campaigns is to increase the brand's popularity and stimulate sales. The main advantages of implementing a cost leadership strategy are expanding the customer base, stimulating consumption, and achieving planned sales through an emphasis on product availability.

The unique characteristics of «Nike, Inc.» products that distinguish its sportswear and footwear from the products of competitors is a driving factor in the implementation of the differentiation strategy [2]. «Nike, Inc.» strategic goal is to create unique products that meet the needs of consumers in the sector of professional sports, rehabilitation, and fitness. The differentiation of «Nike, Inc.» products achieved by investing in R&D, marketing, creating collaborations with professional athletes. Extensive experience in the production of sports goods, the oldest brand of sportswear and footwear, as well as the company's presence in 190 countries – these are some of the factors of differentiation that are emphasized in marketing and communication campaigns of «Nike, Inc.».

Conclusions. Any company's performance is dependent on its ability to recognize its core strengths, identify and resolve vulnerabilities, mitigate risks, and understand the main trends that will affect their company and market, as well as how they will react to them. The company that chooses an ambitious global strategy and considers its strengths and vulnerabilities in the face of environmental opportunities and challenges will succeed. It streamlines their operations and ensures that every dollar and minute spent on the company is directed toward long-term success. As a result, the company's success or failure is determined by the tactics it employs. It is important to combine cost leadership and differentiation strategies to succeed in today's dynamic market climate.

References

1. Gregory L. Nike Inc. Generic Strategy & Intensive Growth Strategies. *Panmore Institute*. 2017. URL: <http://panmore.com/nike-inc-generic-strategy-intensive-growth-strategies> [Accessed 15.03.2021].
2. Hussain A. et al. A Comparative Analysis of Strategies and Business Models of Nike, Inc. and Adidas Group with special reference to Competitive Advantage in the context of a Dynamic and Competitive Environment. *International Journal of Business Management and Economic Research (IJBMER)*. Vol. 6 (3). 2015. P. 167–177. URL: <https://www.ijbmer.com/docs/volumes/vol6issue3/ijbmer2015060302.pdf> [Accessed 16.03.2021].

THE SPECIFICITY OF INTERNATIONAL ECONOMIC ACTIVITY OF FAST-MOVING CONSUMER GOODS COMPANIES (BASED ON THE «UNILEVER GROUP»)

S. Musah, Student Majoring in «International Economic Relations», group IER-41

S. I. Tul, Associate Professor of International Economics and International Economic Relations Department, PhD in Economics, Scientific Advisor

Higher Educational Establishment of Ukoopspilka «Poltava University of Economics and Trade», Poltava

Formulation of the problem. Globalization allows all companies to operate internationally. Globalization has increased the purchasing power of large segments of the population in many countries around the world, thereby increasing the customer base for new products. Strategically designed products that can be sold in multiple markets with little change are critical to a global company. Moreover, the key importance for global markets is the speed of entry and promotion, maximum coverage while minimizing costs, creating sustainable value for customers and shareholders, which is most easily achieved when creating effective strategic alliances. Strategic alliances are widely used by transnational corporations (TNCs) in the fast-moving consumer goods sector. The prerequisites for the increase in the importance of strategic alliances were globalization, the need to maintain market shares and increase competitiveness against the backdrop of growing competition in industries.

The objective of the study is to analyze the international economic activity and global strategic alliances of fast-moving consumer goods companies.

Presentation of the main research results. TNCs in the fast-moving consumer goods sector are successfully using the tactics of creating strategic alliances, primarily in the field of marketing and distribution. Fast-moving consumer goods companies' global supply chains require agility, speed, resilience and strong relationships with partners. At the same time, in the conditions of global markets, production and supply chains are increasingly networked. Anglo-Dutch company «Unilever Group» is successfully leveraging strategic alliances with the most important suppliers to improve and manage its global value chain, in particular, to ensure high speed and flexibility; reducing the value of infrastructure assets; getting

advanced IT; and leveraging the experience of partners. «Unilever Group» is one of the world leaders in the production of fast-moving consumer goods. Every year, consumers buy 170 billion units of «Unilever Group» products around the world. The company employs approximately 155,000 people worldwide, with a turnover in 2020 of EUR 50.7 billion. The range of products (food products, soft drinks, tea, ice cream, cosmetic products and household chemicals) includes some of the most famous and popular brands in the world. «Unilever Group» operates 14 brands with a value of over € 1 billion each. In many market segments where the company's products are presented, «Unilever Group» is ranked first globally. Company's supply chain consists of 100,000 employees, working with over 70,000 suppliers and more than 1.5 million farmers to manage a logistics network that transports over a distance of more than 1.5 billion km each year [2].

As part of the Unilever Sustainable Living Plan, the company has taken decisive steps to forge strategic partnerships among its suppliers to reduce environmental impact and waste. For instance, «Kompak» developed the CIF eco-refill, an innovative concentrated refill concept and collaborated with «Unilever Group» and other partners to execute a worldwide rollout. The use of a smaller refill pack combined with reuse of the original trigger bottle reduces plastic use by 75 %. The fact consumers need to dilute the product at home also means 97 % less water is transported, reducing the number of trucks on the road by 87 % compared to diluted solutions, and subsequently decreasing greenhouse gas emissions [1].

By selecting strategic suppliers, «Unilever Group» is looking for companies with superior technical capabilities to innovate or jointly develop products. For example, «CCL» proactively engaged with «Unilever Group» cross-functional teams to fast-track approval of a new feedstock supplier. In doing so, «CCL» ensured production continuity during a surge in demand for critical beauty and personal care products across Europe, North Africa and the Middle East. This initiative generated significant long-term benefits for both companies in the areas of resilience, agility and cost competitiveness [1]. At the same time, as noted in a number of studies, suppliers must be able to operate on a global scale and have the necessary digital competencies.

Conclusions. «Unilever Group» has learned three important lessons from its experience with strategic alliances. First, relationships within an alliance cannot be built without a mutually beneficial

value proposition. Second, shared attitudes, experiences, and shared values can transform an initial value proposition into an effective long-term alliance. Third, both partners must be committed to seeking true value and savings.

References

1. Partner with Purpose. *Unilever's global company website*. 2021. URL: <https://www.unilever.com/suppliers/working-together/partner-with-purpose/> [Accessed 17.03.2021].
2. Supply Chain. *Unilever's global company website*. 2021. URL: <https://www.unilever.com/careers/our-teams/supply-chain.html#:~:text=Our%20Supply%20Chain%20includes%20approximately,1.5%20billion%20km%20each%20year> [Accessed 18.03.2021].

ГЛОБАЛІЗАЦІЯ – ЯВИЩЕ, ЩО ЗМІНИЛО СВІТ

К. В. Говтвяниця, студентка спеціальності «Міжнародні економічні відносини», група МЕВ МБ-31

Л. С. Франко, науковий керівник, завідувач кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин
Вищий навчальний заклад Укооспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Під глобалізацією розуміють процес всесвітньої економічної, політичної та культурної інтеграції та уніфікації, у ширшому розумінні – перетворення певного явища на планетарне, таке, що стосується всієї Землі. Основними наслідками глобалізації є міжнародний поділ праці, міграція в масштабах усієї планети капіталу, людських та виробничих ресурсів, стандартизація законодавства, економічних та технічних процесів, а також зближення культур різних країн. Це об'єктивний процес, зумовлений розвитком транспорту та засобів зв'язку, він має системний характер, тобто охоплює всі сфери життя суспільства. У результаті глобалізації світ стає більш зв'язаним і залежним від усіх його суб'єктів. Відбувається збільшення як кількості спільних для груп держав проблем, так і кількості та типів інтегрованих суб'єктів [1].

Поштовхом до утворення процесу глобалізації стала поява великого шовкового шляху, який об'єднав Китай та Римську імперію. Надалі ж відкриття нових земель ще більше розвивали процес всесвітньої уніфікації та інтеграції, поступово створюючи умови для вільної торгівлі. Слід зауважити, що глобалізація

полегшує роботу міжнародних підприємств шляхом утворення сприятливих умов для розвитку бізнесу. Розвиток та розширення можливостей світового ринку дозволять вести бізнес у будь якій точці Землі та мати його філії, офіси чи заводи в кардинально інших місцях з більш лояльними умовами для того чи іншого виробництва.

Глобалізація зробила свій внесок у розвиток корпоративної соціальної відповідальності і в занепокоєння про підзвітність недержавних суб'єктів, таких як транснаціональні корпорації за їх діяльність, зокрема за негативний вплив на довкілля, на громади і так далі [3]. На сьогодні існує безліч компаній, які мають у своїй програмі розвитку соціально корпоративну відповідальність, завдяки цьому вони не лише сприяють розвитку власного бізнесу, але й допомагають планеті дотримуючись сталих цілей ООН. Дана ініціатива є поштовхом до покращення умов життя та підтримання відносин між людьми та країнами в цілому.

Саме процес глобалізації став каталізатором для створення таких міжнародних інституцій, як ООН (Організація Об'єднаних Націй), СОТ (Світова Організація Торгівлі), МВФ (Міжнародний Валютний Фонд), ВОЗ (Всесвітня організація Здоров'я), Світовий банк та інші. Діяльність міжнародних організацій в умовах сучасного економічного розвитку сприяє регулюванню відносини між державами, встановленню певних правил взаємодопомоги та підтримки, а також забезпечує безпекову складову світового простору.

Перебування країн у взаємозалежних відносинах, як економічних, так і політичних є передумовою для створення обставин, які несуть вплив позитивного чи негативного характеру. Це пов'язано з тим, що переваги глобалізації розподіляються нерівномірно. Сучасні глобалізаційні процеси розгортаються, перш за все, між промислово розвиненими країнами і лише в другу чергу охоплюють країни, що розвиваються.

Вплив глобалізації на рівні окремої країни характеризується ступенем взаємозв'язку її економіки зі світовою економікою. Ступінь інтегрованості економік різних держав у глобальну економіку визначають кілька основних показників, серед яких: співвідношення зовнішньоторгового обороту і ВВП; прямі іноземні інвестиції, які спрямовуються в країну і з країни, та портфельні інвестиції; потік платежів роялті в країну та з країни,

що пов'язані з передачею технологій. Глобалізація на світовому рівні визначається інтенсивністю міжнаціональних економічних і суспільних зв'язків, активністю руху капіталу, товарів і послуг, ресурсів, винаходів, розробок тощо. Таким чином, глобалізація є багаторівневим процесом, що відіграє провідну роль у формуванні наднаціонального господарства [2].

Список використаних інформаційних джерел

1. Бібліотека «wikipedia». URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D0%BB%D0%BE%D0%B1%D0%B0%D0%BB%D1%96%D> (дата звернення: 21.03.2021).
2. Вплив процесів глобалізації на розвиток національних економік / Ю. С. Кирилов. Ефективна економіка № 12, 2016. URL: <http://http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5297> (дата звернення: 21.03.2021).
3. Globalisation : веб-сайт. URL: <https://www.coe.int/uk/web/compass/globalisation> (дата звернення: 21.03.2021).

ТОРГОВЕЛЬНА СПІВПРАЦЯ США Й УКРАЇНИ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ

Є. П. Шульженко, студентка спеціальності Міжнародні економічні відносини, група МЕН МБ 6-21

Л. С. Франко, науковий керівник, завідувач кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин

Вищий навчальний заклад Укооспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Для України, як і для більшості країн світу, 2020 рік став роком випробування на стійкість. Пандемія коронавірусу, без перебільшення, наклала свій відбиток на всі сфери суспільного життя. Ситуація, що склалася, змусила держави обрати відособлений соціально-економічний підхід, одним з побічних ефектів якого є різке зниження рівня міжнародної торгівлі та переорієнтація своїх ресурсів на внутрішньонаціональні потреби.

Пандемія коронавірусу за досить короткий термін змінила усталений світовий устрій, вплинувши на абсолютну більшість сфер життєдіяльності. Україна не є винятком. Нині економіка України знаходиться під тиском світової економічної кризи, яка виникла в результаті пандемії. Підтвердженням цього є зниження показників зовнішньої торгівлі України протягом 2020 року порівняно з 2019. Зокрема, загальний зовнішньоторговельний

обіг товарів у січні-квітні 2020 року зменшився на 11,05 % (–104,56 млрд грн) порівняно з січнем-квітнем 2019 року, склавши 841,43 млрд грн. При цьому експорт товарів зменшився на 7,55 % (–33,65 млрд грн) і становив 412,04 млрд грн. Імпорт товарів зменшився на 14,17 % (–70,91 млрд грн) і склав 429,40 млрд грн. Сальдо торгівлі товарами було негативним у сумі –17,36 млрд грн, у порівнянні з січнем-квітнем 2019 року [1].

Поширення COVID-19 у всьому світі призвело до негативних тенденцій не лише в економіці України, а й загалом у світовій економіці. Однак в умовах сучасної кризи важливо знайти шляхи активізації двостороннього економічного та інвестиційного співробітництва. Слід зазначити, що США входять до п'ятірки найбільших торговельних партнерів України. Адже тільки за 2019 рік загальний обсяг двосторонньої торгівлі між Україною та США зріс на 7,8 % і склав майже 6 млрд дол.США. За січень-лютий 2020 року обсяг двосторонньої торгівлі товарами між Україною та США сягнув 631 млн дол.США, з яких український експорт становив 114,9 млн дол.США [3]. Станом на 1 січня 2020 року в економіку України залучено 637,8 млн дол. Інвестицій зі США, що на 95,2 млн дол. більше, ніж на початок 2019 року [3].

Україна як надійний торговельний партнер США постійно намагається підтверджувати статус надійного гравця на міжнародних ринках готової продукції та сировини. США, в свою чергу, постійно підтримує Україну, зокрема у протидії поширенню пандемії COVID-19 та у подоланні наслідків від її поширення, які носять економічно-соціальний характер.

США було надано фінансову допомогу Україні у розмірі 14,5 млн дол. США, з яких – 12,1 млн дол. США на охорону здоров'я і протидію подальшому поширенню COVID-19, збільшуючи при цьому інформування громадськості для зниження ризику зараження і зменшення вторинних наслідків, таких як втрата засобів для існування і сплати комунальних послуг для незахищених верств населення. До цієї допомоги також відносяться 2,4 млн дол. США допомоги мігрантам та біженцям для підтримки незахищених верств населення під час пандемії. За останні 20 років Сполучені Штати витратили майже 5 млрд дол. на загальну допомогу Україні, у тому числі майже 362 млн дол. США на охорону здоров'я [2].

Отже, можна зробити висновок, що пандемія Covid-19 значно вплинула на світову економіку, а також на розвиток міжнародної торгівлі, при цьому багато країн були вимушені переформатувати економічну співпрацю. Проблемою є відсутність одностайної думки експертів щодо глибини наслідків пандемії для всіх сфер економіки й торгівлі. Хоча зрозуміло, що «легкість» виходу країни з кризи (Україна не виняток) залежатиме і від підтримки основних зовнішньоекономічних партнерів. Саме така активна підтримка з боку економічно розвинених країн забезпечить активне відновлення економік країн, що розвиваються, у післякризовий період.

Список використаних інформаційних джерел

1. Огляд змін у міжнародній торгівлі: тренди, тенденції, виклики 2020COVID-поку : веб-сайт. URL: oglyad-zmin-u-mizhнародniy-torgivli-trendi-tendenciyi-vikliki-2020-covidroku.html (дата звернення: 20.03.2021).
2. Оновлення: США продовжують лідирувати у реагуванні на COVID-19 : веб-сайт. URL: <https://ua.usembassy.gov/uk/updatep-the-united-states-is-continuing-to-lead-the-response-to-covid-19/> (дата звернення: 20.03.2021).
3. Україна розвиватиме взаємовигідну співпрацю зі США – зустріч у Мінекономіки : веб-сайт. URL: 3020309-ukraina-rozvivatime-vzaemovidnu-spivpracu-zi-ssa-zustric-u-minekonomiki.html (дата звернення: 20.03.2021).

СЕКЦІЯ 8. МЕНЕДЖМЕНТ І ПІДПРИЄМНИЦТВО В УМОВАХ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ

УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ НА ЗАСАДАХ КРЕАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

***Н. С. Гулько**, студентка спеціальності Менеджмент, група МАМ ПВ-11*

***Т. О. Гусаковська**, науковий керівник, к. е. н., доцент, доцент кафедри менеджменту Вищий навчальний заклад Укооспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

На сьогодні креативний менеджмент та нестандартний підхід є головним провідником порозуміння, зацікавленості та мотивування своїх підлеглих до роботи.

Креативний менеджмент реалізується на підприємстві, ґрунтуючись на таких принципах:

- ефективне лідерство;
- новаторство, орієнтація на ринок;
- стимулювання експериментів;
- постійне самовдосконалення на основі новітніх знань;
- готовність до змін і викликів як внутрішнього, так і зовнішнього середовища;
- акцентування на стратегії розвитку, використання нових ресурсів;
- орієнтація на унікальність і оригінальність продукту (послуги);
- ефективна мотивація реалізації творчого потенціалу [1].

Основними чинниками креативного менеджменту є:

- залучення персоналу до створення розвитку креативних ідей;
- можливість самостійного вибору пошуку ідей;
- відсутність будь-якого тиску на підлеглих [2].

Креативність напряму пов'язана з інтелектом, але не в звичайному розумінні для нас: IQ (intelligence quotient), а зовсім у новій інтерпретації, в новому значенні, таке, як: емоційний інтелект – EQ (emotional quotient).

Емоційний інтелект – це здатність на ментальному рівні розуміти і відчувати свої емоції та емоції і поведінку оточуючих, завдяки цьому людина з вдало розвиненим емоційним інтелектом буде більш вирашною та адаптивною в комунікаційних і ділових розмовах.

Джон Мейер та Пітер Селоувей вперше описали це поняття наприкінці 20-го століття. Дослідники виділяють чотири напрямки емоційного інтелекту:

- як ми оцінюємо та виражаємо емоції;
- що про них знаємо;
- як ними керуємо;
- як на їх основі приймаємо рішення [3].

Вітчизняний психолог – тренер Петро Холявчук, також виділяє чотири напрямки, але з боку особистого бачення:

- саморозуміння (що відчувую?);
- саморегуляція (опанування емоцій);
- емпатія (повне розуміння почуття іншої людини);
- навички, які спрямовані на якість стосунків з іншими людьми [4].

Тому безпосередньо такі навички будуть у нагоді для того, щоб стати справді вправним керівником для своєї потенційної команди.

Такою командою є об'єкт дослідження – креативна, молода, яка нещодавно з'явилася на економічному ринку України – Авіакомпанія «Sky Up».

SkyUp Airlines Українська авіалінія, що працює за гібридною моделлю – виконує чартерні рейси та регулярні лоукост-рейси. Розпочала польоти 21 травня 2018 року. Тут наймолодший флот в Україні, стрімкий і динамічний в розвитку. Опираючись на відгуки персоналу компанії, щодо робочого процесу та мотивування, можна відзначити, що працівники неодноразово згадують комфортабельний офіс з неймовірними краєвидами, які надихають на продуктивність в роботі, також спостерігається високий професіоналізм, індивідуальний підхід до кожного і дружня атмосфера, яка присутня в колективі між підлеглими та керівництвом – та всі, як один запевняють, що SkyUp – це справжня сім'я.

Отже, можемо дійти висновку, що компанія Sky Up є прикладом успішного застосування інструментів креативного менеджменту. Компанія не стоїть на досягнутому і постійно генерує

нові ідеї для процвітання. Керівництво компанії вимогливе і справедливе, при цьому вмiє формувати та розвивати людський капітал, що виступає основним джерелом її успіху.

Список використаних інформаційних джерел

1. Продіус О. І. Креативний менеджмент як запорука сучасного ефективного управління. *Економіка: реалії часу*. 2012. № 3–4(4-5). С. 67–72.
2. Брич В. Я., Корман М. Креативний менеджмент. Тернопіль: ТНЕУ. 2018. 220 с.
3. Яблонська Х. Як прокачати емоційний інтелект, щоб спілкуватися з колегами результативно. URL: <https://dou.ua/lenta/articles/how-to-develop-eq/> (дата звернення: 01.03.2021).
4. Інтерв'ю: Інтелект і вміння керувати емоціями – що важливіше? URL – <https://www.youtube.com/watch?v=GLkMxyk7VEk&t=285s> (дата звернення: 01.03.2021).

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ТРАКТУВАННЯ КАТЕГОРІЇ «КРИЗА»

В.О. Савченко, студент спеціальності Менеджмент, група МА м кв-21

Л.А. Рибалко-Рак, науковий керівник, к. е. н., доцент, доцент кафедри менеджменту
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Дослідженню теоретичних підходів до трактування категорії «криза» в умовах антикризового управління діяльністю підприємств присвячено праці зарубіжних науковців – Е. Альтмана, В. Бівера, М. Хаммера, Д. Чампі, Р. Хіта, Дж. Фулмера, І. Бланка, Е. Короткова, Ю. Бригхема та інших; та українських учених – О. Терещенка, Л. Лігоненка, С. Оборської, О. Кузьміна, Є. Бойка, В. Герасимчука, В. Петренка, О. Мозенкова, В. Василенка, О. Тридіда, Прохорової, О. Пушкаря, О. Проскури, О. Третьака, О. Іваниці та інших. Запропоновані підходи дозволяють зрозуміти сутність та економічний зміст категорії «криза», що дозволяє суб'єктам управління удосконалювати процес ідентифікації криз у практичній діяльності підприємств. Проте сучасні ринкові і динамічні умови функціонування підприємств вимагають постійного моніторингу факторів, що зумовлюють появу кризових явищ, а отже, необхідним є подальший аналіз і синтез категорії «криза».

Категорія «криза» має грецьке походження від слова «crisis», яке внаслідок перекладу трактується в декількох варіантах, зокрема, як вирок; рішення з певного питання; рішення в сумнівній ситуації; вихід; рішення конфлікту.

Л. Бартон розглядає кризу як широкомасштабну, непередбачену подію, яка призводить до потенційно негативних результатів, що можуть завдавати великої шкоди підприємству в цілому: працівникам, продукції, зв'язкам, фінансам та репутації. М. Кейнс Джон доводить, що криза – це раптова й різка зміна зростаючої тенденції до зниження, тоді як при зворотному процесі такого різкого руху найчастіше не буває. Т. Гренц криза на підприємстві розглядає як незапланований та небажаний, обмежений в часі процес, який може суттєво заважати і навіть зробити неможливим функціонування підприємства [2].

Кризу як об'єктивний, цілеспрямований і закономірний процес змін, в основу якого покладено незворотність, спадковість та цілеспрямованість досліджує Т. Кучінка [3, с. 30].

Домінік Кокрем (Dominic Cockram) та Клаудія Ван Ден Хейвел (Claudia Van Den Heuvel) зазначають, що криза – це нестабільності чи зміни, загрози, що є визначальними чинниками кризи, коли вона виходить за межі нормального і спричиняє нестабільність або зміни в організації чи системі та може становити загрозу для її майбутнього [5].

Л. Лігоненко кризу прирівнює до загострення протиріч у соціально-економічній системі підприємства, що загрожує її існуванню в навколишньому середовищі [4]. Це неочікувана, незвичайна подія, яка породжує невпевненість та загрожує пріоритетним цілям підприємства.

В. Г. Воронкова, А. Г. Беліченко, О. М. Попов формулюють сутність кризи «як об'єктивне явище в соціально-економічній системі, в основі функціонування та розвитку якої лежить керована діяльність людини... З розвитком соціально-економічної системи спостерігається підвищення ролі людського фактора в антикризовому її розвитку, що означає можливість передбачення та своєчасного безболісного її розв'язання» [1, с. 186–187].

Таким чином, наявні підходи до трактування категорії «криза» дозволяють сформулювати висновок про те, що дане поняття поєднує в собі два протилежних стани соціально-економічної системи на які впливає кризовий стан – руйнівний і деформаційний характер, невизначеність, що може привести до погір-

шення параметрів функціонування системи, з одного боку, та оздоровчий і оновлюючий характер процесів у господарській системі, поступальний рух розвитку системи, який сприяє її вдосконаленню, з іншого боку.

Вихід із кризового стану підприємства із найменшими втратами ресурсів потребує у кожному конкретному випадку комплексного застосування антикризового управління з метою мінімізації ризиків щодо настання економічних збитків, це передбачає формування ефективних та адаптивних систем антикризового управління для кожного конкретного підприємства, що і є одним із напрямів подальших наукових досліджень із цієї проблематики.

Список використаних інформаційних джерел

1. Воронкова В. Г., Беліченко А. Г., Попов О. М. Управління людськими ресурсами: філософські засади: навч. посіб. Київ: Професіонал, 2006. 576 с.
2. Дацюк І. В. Сутнісна характеристика кризи підприємств. Технологія і техніка друкарства. 2010. № 2(28). С. 165–170.
3. Кучінка Т. В. Теоретичні аспекти вивчення феномену економічної кризи. Науковий вісник Мукачівського державного університету. 2015. № 1(3). С. 29–34.
4. Лігоненко Л. О. Антикризове управління підприємством: підручник. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2005. 824 с.
5. Cockram D., Van Den Heuvel C. Crisis Management – What is it and how is it delivered? Available at: <http://www.bcifiles.com/CrisisManagementMarch2012.pdf>.

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ

Г. А. Грігорян, студент спеціальності Менеджмент, група МЕН 6-41

О. М. Кісіль, науковий керівник, асистент кафедри менеджменту

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

На сьогодні може скластися хибна думка, що розвиток підприємств агропромислового комплексу досить у непоганому стані, саме це зумовлено тим, що останнім часом замалий відсо-

ток уваги приділяють основному сектору – сільському господарству. Належний масштабний розвиток вирішив би низку проблем в економіці країни та забезпечив можливість збільшення трудових ресурсів і як наслідок – додаткові робочі місця. Тобто головна проблема полягає в тому, що агросектор замість розвитку просто занепадає, скоро буде «активний продаж земель», що невідомо якими наслідками закінчиться для вищевказаних підприємств, тому що земельний ресурс є фундаментом для вироблення продукції та в подальшому її реалізації.

Однією з основних причин низької конкурентоспроможності продукції нині є неспроможність українських підприємств відвойовувати та розширювати частку ринку, реалізувати продукти та задовольняти достатньою мірою потреби споживача.

Наша країна має всі можливості для того, щоб ділитися своїм успішним досвідом і спостерігати за міжнародною практикою підвищення конкурентоспроможності продукції агропромислового комплексу. Маючи доступ до світових практик, можна вдосконалювати діяльність і забезпечити належну конкурентоспроможність продукції.

Конкурентоспроможність конкретного об'єкта бажано вимірювати кількісно, що є необхідною умовою управління його рівнем. Важливим при оцінці конкурентоспроможності продукції є характеристика корисного ефекту цього об'єкта та об'єктів-конкурентів за нормативним строком їх служби й сукупними витратами протягом життєвого циклу об'єкту. Рівень конкурентоспроможності продукції, на наш погляд, є відносним показником і залежить насамперед від сегменту ринку на якому реалізується товарна продукція. Важливою умовою конкурентоспроможності економіки країни, регіону, підприємства є забезпечення відповідної якості та конкурентоспроможності продукції. Отже, конкурентоспроможність продукції підприємства доцільно оцінювати, в розрізі регіональних підприємств конкурентів, та згідно з міжнародними стандартами та вимогами якості продукції [2].

Більшість підприємств, керуючись тільки метою швидкого збагачення, ставлять ціни на продукцію не нижче свого конкурента, сподіваючись, що споживача зацікавить асортимент, проте ціна може змінюватися. На нашу думку для успішної реалізації товару та конкурентоспроможності в подальшому постійними мають бути такі фактори:

- якість (дотримання стандартів, зберігання відповідно нормам, непорушення технологій виробництва);
- гнучкість ціни (відповідно сезону чи свят можна робити акційні пропозиції, для ширшого збуту, для постійних клієнтів карта лояльності);
- прозорість (уся продукція повинна мати необхідну документацію);
- реклама (якісна реклама забезпечує максимальну конкурентоспроможність).
- удосконалення та розвиток.

Цей перелік не є вичерпним, адже потрібно постійно «йти в ногу з часом», щоб не втратити своє місце на ринку. Конкуренція – своєрідна боротьба: перемагає той, хто змагається й аналізує!

Дуже важко надавати якісні послуги, коли чітким обмеженням слугує ціна – підприємства не користуються всіма своїми потужностями. Більше того, їх діяльність у кращому разі беззбиткова, а то і йде у збиток, якщо клієнт є постійним замовником із значними обсягами. Тому хорошим показником є першочергова орієнтація на якість: коли замовлення уточнюється з огляду на побажання клієнта придбати якісну продукцію, і тільки тоді йдеться про ціну без обмежень. У такому випадку підприємство має змогу надати весь спектр своїх послуг, виконати їх якісно та виготовити конкурентоспроможний товар, підкріплення якого здійснюється через високий рівень обслуговування клієнта, що вивищує загальний потенціал усього підприємства [1].

Отже, варто зазначити, що для підвищення конкурентоспроможності продукції з метою забезпечення ефективності діяльності підприємства, важливо дотримуватись постійних факторів, які ми зазначили в нашій роботі, а також залучати міжнародний досвід. Не слід забувати, що завищена ціна призведе до скорочення постійних клієнтів, а це як наслідок – до низьких прибутків і недостатнього рівня для конкуренції. Пропонуємо також на державному рівні створити рейтинг конкурентоспроможних підприємств, які відповідають усім факторам та вимогам, що буде безпосередньо стимулом для подальшого розвитку.

Список використаних інформаційних джерел

1. Гоменюк О. І. Проблеми забезпечення конкурентоспроможності продукції підприємств агропромислового комплексу [Електронний ресурс] / О. І. Гоменюк // Сталій розвиток економіки. – 2013. – № 1. – С. 43–47. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/sre_2013_1_10. – Назва з екрана.
2. Сергєєва О. Р. Підвищення конкурентоспроможності продукції – запорука ефективної діяльності підприємства [Електронний ресурс] / О. Р. Сергєєва // Університет імені Альфреда Нобеля (м. Дніпро). – 2016. – Режим доступу: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/12/444.pdf>. – Назва з екрана.

PECULIARITIES OF IMPLEMENTATION OF EFFECTIVE HUMAN RESOURCES POLICY AT THE ENTERPRISE IN THE CONDITIONS OF POST-INDUSTRIAL ECONOMY

Sanober M. Malek, student of specialty 073 «Management», educational program «Business Administration», group MBAm-61
V. A. Vlasenko, scientific supervisor, associate professor of the Management Department, associate professor, Ph.D. in Economics (Candidate of Economic Sciences)
Higher Educational Institution of Ukoopsilka «Poltava University of Economics and Trade»

The experience of the world's leading companies in the conditions of transformational changes shows that their main competitive advantage is the unique human resources potential. A fairly high level of corporate culture makes the company attractive to talented employees, keeps them in the company and the end results, in turn, shape its image and business reputation, attract new customers and highly qualified employees.

That is why the topical issue is to study the features of the practical implementation of the main directions of human resources policy in enterprises. In a post-industrial economy, the successful implementation of human resources policy will contribute to the dynamic development of enterprises.

The purpose of the study is to substantiate the peculiarities of the implementation of effective human resources policy at the enterprise in the conditions of market transformations.

It should be emphasized that the human resources policy determines the general direction and basics of work with staff, general and specific requirements for it and is developed by the owners of the enterprise, senior management and the relevant personnel service.

Human resources policy of the enterprise is a system of principles, ideas, requirements that determine the main directions of work with staff, its forms and methods [1, p. 165].

Scientists note that the main purpose of human resources policy is to ensure the optimal balance of processes of renewal and preservation of quantitative and qualitative staff in its development in accordance with the needs of the enterprise [2, p. 57].

Human resources policy is important in the development of human resources management strategy – a set of long-term measures to manage employment processes in the enterprise. Collectively, human resources policy and human resources management strategy reflect the prospects of providing the enterprise with human capital from the standpoint of its development, improving the efficiency of commercial, production and financial and economic activities.

At the enterprise level, the peculiarities of the implementation of effective human resources policy should be that:

1. Human resources policy should be an integral part of the overall policy of the enterprise.

2. Human resources policy should reflect the main intentions of management on the formation of human resources structure and its characteristics, the mechanism for implementing the goals and objectives aimed at maintaining, strengthening and developing human resources.

3. The mechanism of practical implementation of the main directions of human resources policy will be determined by the economic interests of the enterprise, and will not always meet the goals of the employee as the main object of human resources policy.

4. Human resources policy should ensure the concentration of expectations and directions of the overall strategy of enterprise development.

5. Human resources policy should allow reconciling the interests of different social groups of workers, to direct their activities to productive business interaction, to reduce the likelihood of destructive confrontation.

6. If the implementation of human resources policy will be inconsistent economic interests of the enterprise and the goals of individual employees, then in the future there may be motivated conflicts [3, p. 115–116].

Finally, human resources policy is an integral part of all management activities and production policy of the enterprise. It aims to

create a cohesive, highly developed and highly productive workforce, requires above all planning and thoughtful action, the ability to oppose all the variety of daily affairs, a solid, pre-prepared plan.

The mechanism of implementation of effective human resources policy is a system of plans, norms and standards, organizational, administrative and social measures aimed at solving personnel problems and meeting the needs of the enterprise in human resources in the conditions of transformational changes.

Thus, modern human resources policy should be aimed at forming a system of work with staff in the enterprise, which would focus on obtaining not only economic but also social effect. We hope that the practical implementation of promising areas of human resources policy in enterprises will contribute to their dynamic development in the strategic perspective.

List of used information sources

1. Misha V. P. Human resources policy at the enterprise : problems and prospects. *Current economic problems*. 2014. Issue 6. P. 165–168.
2. Shcherbak V. G. Human resources management of the enterprise : Textbook. Kharkiv : INZHEK Publishing House, 2013. 208 p.
3. Yakovenko O. M. Human resources potential : status and problems of development. *UADU Bulletin*. 2013. Issue 2. P. 113–124.

DIRECTIONS OF IMPLEMENTATION OF AN EFFECTIVE HUMAN RESOURCE MANAGEMENT STRATEGY AT THE ENTERPRISE IN THE CONDITIONS OF MARKET TRANSFORMATIONS

Isaak K. Paintsil, student of specialty Management, educational program «Management and Administration», group MAm-61

*V. A. Vlasenko, scientific supervisor, associate professor of the Management Department, associate professor, Ph.D. in Economics (Candidate of Economic Sciences)
Higher Educational Institution of Ukoopspilka «Poltava University of Economics and Trade»*

Strategic concepts of human resource management in countries with developed market economies consider human resource as a crucial factor in maintaining competitiveness and are aimed at training employees in accordance with the requirements of a changing environment, taking into account the need for the introduction of new technologies. Practice shows that in modern conditions, the

effectiveness of the human resource management process largely depends on the operational work of human resources departments in matters of meeting the need for staff on the basis of previously developed human resource management strategy.

That is why the topical issue is the use of modern human resource management strategies in enterprises, which will increase the efficiency of employees, cost-effectiveness of all types of resources, development of the enterprise as a whole.

The purpose of the study is to substantiate the directions of implementation of an effective human resource management strategy at the enterprise in the conditions of transformational changes.

It should be noted that in the most general sense, human resource management strategy is a multifaceted behavioral process aimed at developing and implementing the enterprise's strategy to meet the quantitative and qualitative needs of enterprise, taking into account changes in the external environment [2, p. 93–94].

Human resource management strategy (personnel management strategy) is a specific set of basic principles, rules and goals of work with human resource, which is specified taking into account the types of organizational strategy, organizational and human resource potential, as well as the type of human resource policy [3, p. 79].

Scientists focus on the fact that the components of human resource management strategy are as follows [1, p. 142]:

- 1) selection of staff, including planning of labor flows;
- 2) features of formation of requirements to the human resource, an estimation of its qualification;
- 3) remuneration or, in a broader sense, reimbursement of labor costs in the form of wages, participation in profits, sale of shares, etc.;
- 4) staff development (social and professional-personal development).

According to the author, the main directions of implementation of an effective human resource management strategy in enterprises can be reduced to the following:

1. Formation of the general strategy of development management at the enterprise.
2. Formation of the mission of the enterprise (adjustment of the content of the mission and clarification of the directions of its implementation).

3. Diagnosis of the current state of affairs at the enterprise (analysis of financial and economic activities).

4. Formulation of goals and objectives of enterprise development.

5. Analysis of the external environment and internal organizational factors.

6. Development of human resource policy and draft of human resource management strategy at the enterprise.

7. Formation of other functional strategies of the enterprise.

8. Implementation of a modern human resource management strategy of the enterprise and currying of control measures for its implementation.

We believe that the human resource management strategy at the enterprise should be formed based on its human resource goals, take into account the areas of work with employees for the next 2–3 years, and focus on all possible sources of recruitment with optimal costs for its search.

Therefore, a long-term human resource management strategy in enterprises should be market-adapted and be a subsystem of the overall strategy of its development, presented as a long-term program of specific tactical measures and actions to implement the concept of use and development of labor potential to ensure strategic competitive advantage.

Thus, the modern human resource management strategy at many enterprises will be a key direction in the formation of their human resource policy. We hope that the practical implementation of an effective human resource management strategy in enterprises will implement the overall strategy of its development in the long run.

List of used information sources

1. Management of human resource development : Textbook / T. P. Zbrytska, G. O. Savchenko, M. S. Tatarevska ; edited by M. S. Tatarevska. Odessa : Atlant, 2013. 427 p.
2. Novikova M. M., Mazhnik L. O. Technology of human resource management : theoretical and methodological aspects : Monograph. Kharkiv : Kharkiv National Academy of Municipal Economy, 2012. 261 p.
3. Parkhomenko N. A. Theoretical principles of strategic human resource management. *Bulletin of the Volodymyr Dahl East Ukrainian National University*. 2009. Issue № 3 (133). P. 78–81.

ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ПОТЕНЦІАЛУ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ НОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Є. В. Сергата, студентка спеціальності Менеджмент, освітньої програми «Менеджмент і адміністрування», група МАМ-61
В. А. Власенко, науковий керівник, к. е. н., доцент кафедри менеджменту
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Динамічний розвиток ринкових процесів в Україні вимагає переорієнтації зусиль топ-менеджменту багатьох підприємств із забезпечення поточних результатів діяльності у площину реалізації їх конкурентних переваг, формування яких є певним гарантом ефективного тривалого функціонування підприємства і залежить від якості реалізації його потенціалу розвитку. Зосередження на пошуку можливостей успішного довгострокового функціонування підприємства обумовлює необхідність, по-перше, вивчення механізму формування таких можливостей і, по-друге, отримання практичних навичок їх оцінки.

У зв'язку з цим актуальним прикладним аспектом наукових досліджень є формування перспективних напрямів реалізації потенціалу розвитку підприємств в умовах стрімких змін зовнішнього середовища та переходу до нової економіки.

Метою дослідження є обґрунтування особливостей реалізації потенціалу розвитку підприємства в умовах ринкових трансформацій.

Необхідно наголосити на тому, що у найбільш загальному вигляді потенціал підприємства розуміють як сукупність ресурсів у різних сферах діяльності системи та управління ними для досягнення поставлених завдань.

Потенціал підприємства – це максимально можлива сукупність активних і пасивних, явних і прихованих альтернатив (можливостей) якісного розвитку підприємства у певному середовищі господарювання (ситуаційно-ринкова складова) з урахуванням ресурсних, структурно-функціональних, часових, соціокультурних та інших обмежень [3, с. 126].

Розуміння сутності потенціалу підприємства побудовано переважно на двох моделях:

1) ресурсно-запасній моделі, за якої потенціал є наявністю запасів ресурсів і технологій, що можуть бути залучені у бізнес, а також процесів, які обмежують і стимулюють дане залучення;

2) підприємницько-виробничій моделі, що трактує потенціал як ступінь ділової активності підприємства щодо залучення ресурсів та інновацій [2, с. 128–129].

Разом з тим, науковці відзначають, що потенціал розвитку підприємства – це можливості розвитку підприємства, резерви та ресурси формування стратегічного плану підприємства, який спрямовано на якісне оновлення суб'єкту господарювання [1, с. 83].

Характерними рисами потенціалу розвитку підприємства повинні бути: відображення минулого, тобто сукупності властивостей, накопичених системою у процесі її становлення, і таких, що зумовлюють можливість її функціонування та розвитку; визначення рівня практичного застосування та використання наявних можливостей; орієнтація на розвиток.

На думку автора, особливості реалізації потенціалу розвитку підприємства повинні зводитися до:

- визначення цілей та завдань його формування;
- накопичення та упорядкування інформації про стан сукупного потенціалу підприємства;
- оцінювання сучасного стану загального потенціалу та потенціалу розвитку підприємства;
- генерування альтернативних варіантів бажаного (проектного) стану потенціалу розвитку підприємства;
- вибору одного або поєднання декількох варіантів бажаного (проектного) стану потенціалу розвитку підприємства;
- розробки способів втілення обраних варіантів бажаного (проектного) стану потенціалу розвитку підприємства;
- реалізації обраних варіантів бажаного (проектного) стану потенціалу розвитку підприємства.

Таким чином, формування потенціалу розвитку підприємства є важливим напрямом діяльності сучасних менеджерів, що дозволяє визначити його конкурентні переваги та шляхи реалізації стратегії розвитку. Управління потенціалом підприємства повинне мати вихідні дані, тобто рівень фактичного потенціалу та цільові (нормативні) установки для визначення напрямів його подальшого розвитку.

Сподіваємося, що практична реалізація потенціалу розвитку підприємства сприятиме формуванню цілісної системи управління та впровадженню адаптивного механізму управління його розвитком.

Список використаних інформаційних джерел

1. Економічний потенціал підприємства : навч. посіб. / за заг. ред. О. Ф. Балацького, О. М. Теліженко. Суми : Університетська книга, 2014. 724 с.
2. Латишева О. В. Ресурсний потенціал підприємства: сутність, складові та особливості управління елементами забезпечення сталого розвитку. *Економічний вісник Донбасу*. 2018. Вип. 3. С. 126–130.
3. Шабранська Н. І. Економічний потенціал продуктивності праці. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2018. Вип. 12. С. 125–132.

ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ МЕТОДОЛОГІЇ ЯК СПОСОБУ ПІЗНАННЯ

О. В. Солод, здобувач вищої освіти ступеня доктор філософії, спеціальність «Менеджмент»

М. І. Зось-Кіор, науковий керівник, д. е. н., професор, професор кафедри менеджменту
Полтавський державний аграрний університет

Основною формою пізнання реальної дійсності є наукове пізнання. Методика наукового пізнання виражає певну послідовність вирішення конкретного наукового й практичного завдання, сукупність, правила й порядок застосування використовуваних методів [1, с. 17, 18].

Про багатогранність і комплексний характер методології як явища й процесу пізнання говориться в наукових розвідках як зарубіжних, так і українських дослідників.

Зокрема, А. Ракітов зазначає: «Методологія – це система принципів наукового дослідження; вчення про науковий метод пізнання законів природи за допомогою сукупності методів дослідження, що застосовуються в будь-якій науці відповідно до специфіки об'єкта її пізнання» [2].

З точки зору В. Кохановського методологія «розуміється як загальна теорія методів пізнання. Вона частково збігається з теорією пізнання й одночасно виявляється ширшою за гносеологію, оскільки її цікавлять не тільки методи пізнання, але й методи інших форм людської діяльності» [3, с. 171].

Ми погоджуємося з думкою автора [4, с. 30], який акцентує увагу на тому, що «узагальнити теоретичні підходи до висвітлення сутності поняття «методологія» – як процесу пізнання можна шляхом структуризації цього поняття за такими основ-

ними елементами: об'єкт, суб'єкт, предмет, мета, завдання, механізми та результати, які знаходять своє вираження через інші сталі складники наукового пізнання. При цьому всі ці складники тісно взаємопов'язані та взаємозалежні» [4, с. 30].

Загальноприйнята в сучасній науці типологія виділяє наступні рівні методології (рис. 1).

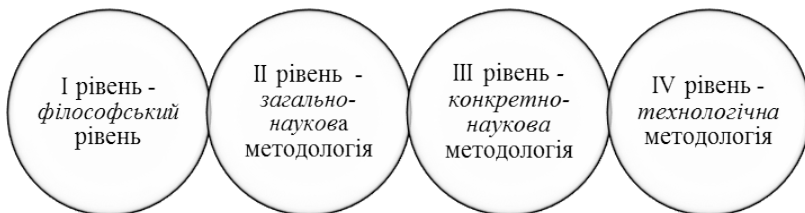


Рисунок 1 – Класична ієрархія рівнів методології

Джерело: побудовано [3, 4].

1-й рівень (вищий) – філософський рівень, або рівень філософської методології. Він включає в себе загальні принципи пізнання і категоріальний лад науки загалом (структурні компоненти), а також усю систему філософського знання (функціональні компоненти);

II-й рівень – загальнонаукова методологія, або рівень методології загальнонаукових принципів дослідження. Цей рівень включає в себе всі теоретичні концепції, що застосовуються до всіх або більшості наукових дисциплін;

III-й рівень – конкретно-наукова методологія, або рівень конкретнаукової методології. Він являє собою сукупність методів, принципів дослідження і процедур, що застосовуються у тій чи іншій спеціальній науковій дисципліні;

IV-й рівень – технологічна методологія, або рівень методик і технік дослідження. Даний рівень становить сукупність методик і технік дослідження, тобто набір процедур, що забезпечують отримання достовірного емпіричного матеріалу і його первинну обробку, після якої він може включатися в масив наукового знання.

Розуміння особливостей формування методології наукових досліджень та її складників – від визначення проблеми й мети до розкриття алгоритму здійснення наукової діяльності та отри-

мання результатів від неї на основі системного підходу – є гарантією ефективності й результативності наукової роботи.

Список використаних інформаційних джерел

1. Баскаков А. Я., Туленков Н. В. Методология научного исследования : учеб. пособие. Київ : МАУП, 2002. 216 с.
2. Ракитов А. И. Курс лекций по логике науки. Москва : Высшая школа, 1971. 176 с.
3. Кохановский В. П. Философия и методология науки : учеб. для высших учебных заведений. Ростов-наДону : Феникс, 1999. 576 с.
4. Письмаченко Л. М. Методологічні основи державного управління зовнішньоторгівельними операціями. *Вісник Академії митної служби. Серія «Державне управління»*. 2009. № 1. С. 24–33.

СТРАТЕГІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНІЗАЦІЇ В УМОВАХ НОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Е. Г. Гігашвілі, студент спеціальності Менеджмент, група МЕН-41

Н. Л. Кужель, науковий керівник, асистент кафедри менеджменту

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

У сучасних умовах нової економіки серед невизначеності, підвищеного рівня ризику, динамічності та інтенсивного рівня конкурентної боротьби конкурентоспроможність сучасного підприємства, незалежно від форми власності, забезпечується за рахунок високого рівня професіоналізму і компетентності, особистісних якостей, інноваційного і мотиваційного потенціалу працівників.

Для того, щоб досягти бажаного результату, необхідно приділяти достатню увагу стратегічному управлінню персоналом, яке тісно взаємопов'язано зі стратегічним управлінням всією організацією.

Над цим питанням постійно працюють як вітчизняні так і зарубіжні вчені та практики, оскільки воно не втрачає свою актуальність.

Стратегія управління персоналом – довгостроковий, якісно визначений напрямок застосування зусиль по формуванню трудового потенціалу підприємства. Вона обумовлена загальною стратегією організації, реалізується службою управління та

лінійними керівниками, як органічна частина загальної стратегії організації.[2, с. 24].

До об'єктів стратегічного управління персоналом відносяться співробітники організації, умови праці та структура персоналу.

Ознаками стратегії управління персоналом є [1]:

- напрями та програми дій і рішень в роботі з персоналом;
- відповідність бізнес-стратегії та кадровій політиці;
- спрямованість на формування та ефективне використання персоналу підприємства;
- наявність дій щодо забезпечення відповідності можливостей довгостроковим цілям і стратегії окремого виду бізнесу підприємства.

Процес стратегічного управління персоналом підприємства складається з трьох основних етапів [1]:

- стратегічне планування персоналом;
- стратегічна організація персоналу;
- стратегічний контроль персоналу.

До типових стратегій управління персоналом відносять [3]:

- 1) стратегію добору і навчання;
- 2) стратегію винагороди і мотивації;
- 3) стратегію формування трудових відносин;
- 4) стратегію управління персоналом.

Однак з певних причин іноді виникають проблеми у системі стратегічного управління персоналом:

- поява нових чи дефіцитних видів професій;
- складності з найманням необхідних працівників;
- зростання цін на послуги консультативних та освітніх установ;
- необхідність звільнення частини персоналу через швидку зміну технологій виробництва і послуг;
- різке скорочення чисельності персоналу в кризових умовах;
- проблеми довгострокового планування чисельності та структури працівників у зв'язку з невизначеністю при формуванні «портфеля» замовлень.

На сьогодні однією з найактуальніших проблем, що вимагає втручання в планування стратегії управління персоналом є пандемія Ковід 19.

Для втримання позиції на ринку та продовження розвитку після завершення пандемії потрібно дотримуватися кількох важливих правил:

1. Оцінити потенційні ризики та спрогнозувати кілька сценаріїв можливого розвитку щодо попиту на товари та послуги.

2. Оновити бізнес-план, спираючись на останню інформацію щодо поширення COVID-19.

3. Навчити персонал гнучкості та адаптивності з огляду на невизначені зовнішні тенденції.

4. Заздалегідь підготувати відповідну комунікацію для співробітників.

5. Прорахувати можливі сценарії тимчасового скорочення персоналу.

Отже, для зниження рівня ризику під час формування стратегії управління персоналом на підприємствах в умовах нової економіки необхідно систематично здійснювати дослідження системи стратегічного управління персоналом і розробляти та впроваджувати в діяльність відповідні коригувальні заходи, спрямовані на зміцнення конкурентної позиції підприємства.

Список використаних інформаційних джерел

1. Балабанова Л. В. Стратегічне управління персоналом підприємства в умовах ринкової економіки : [монографія] / Л. В. Балабанова, О. В. Стельмашенко. – Донецьк : Дон НУЕТ, 2010. 238 с.
2. Рульєв В. А. Управління персоналом : навч. посіб. / В. А. Рульєв, С. О. Гуткевич, Т. Л. Мостенська. Київ : Кондор, 2012. 310 с.
3. Шершньова З. Є. Стратегічне управління : [підручник] / З. Є. Шершньова. – [2-ге вид., перероб. і допов.]. Київ : КНЕУ, 2004. 699 с.

ГЛОБАЛІЗАЦІЯ ЯК УМОВА ТА ЧИННИК ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Є. А. Цюмкало, студентка спеціальності Менеджмент, група МЕН-41 (Новомосковськ)

М. В. Бертін, студентка спеціальності Менеджмент, група МЕН-41 (Новомосковськ)

О. В. Бондар-Підгурська, д. е. н., науковий керівник, доцент кафедри менеджменту ПУЕТ

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

«Нам потрібно невпинно займатися інноваціями. Тільки завдяки сміливості впроваджувати інновації та проводити реформи

ми можемо усунути вузькі місця, що блокують глобальне зростання та розвиток» [1] Сі Цзіньпін (Президент Китаю).

У нинішніх умовах господарювання інновації набувають пріоритетного значення і стають вирішальною конкурентною перевагою та інструментом упередження, запобігання, своєчасного розв'язання проблемних ситуацій, усунення наслідків кризового явища й кризового стану, а інноваційна діяльність – заходом оновлення та розвитку економіки.

За умови вчасного застосування «перспективних інновацій», як інструменту оновлення та розвитку економіки, що органічно вписується в систему антикризового управління, на будь-якому етапі розгортання кризової ситуації можливо попередити майбутнє банкрутство промислових підприємств або іншу надзвичайну ситуацію під час глобальної кризи [2].

Ефективність управління інноваціями на державному рівні знижується через регіональну специфіку інноваційних процесів в умовах трендів децентралізації управління та пошуку локальних джерел і ресурсів модернізації економіки, значну нерівномірність у розміщенні людського та наукового потенціалу. Так, близько 25 % висококваліфікованих фахівців, понад 33 % витрат на дослідження і розробки і 58 % патентних заявок зосереджені лише у 10 % найбільших регіонах ОЕСР [3, с. 15].

У кожному регіоні формуються локальні специфічні умови для появи інновацій, що пов'язано з рівнем їх соціально-економічного розвитку, ефективністю інститутів, культурними установками населення, структурою економіки. Це обумовлює необхідність розмежування повноважень в державній інноваційній політиці, коли стратегічні напрями інноваційного розвитку визначаються на державному рівні, а практична їх реалізація здійснюється на регіональному та місцевому з урахуванням потреб стратегічного розвитку локальних територій. Отже, не варто намагатися стовідсотково копіювати досвід розвинених країн, які здобули власний успіх завдяки спеціалізації і конкурентним перевагам у конкретних галузях, які пройшли довгий шлях свого формування. Тому країнам, які розвиваються, а саме Україні, варто організовувати в регіонах і громадах такі умови, котрі сприяють їх підтримці та розвитку конкурентних переваг, набутого досвіду та накопиченого потенціалу у окремих галузях, унікальної спеціалізації.

Реалізувати наявний інноваційний потенціал промисловості – об'єднання усіх можливих елементів, які висвітлюють ознаки інноваційної діяльності та взаємозв'язки різних компонентів інноваційної сфери, рівень інноваційної активності та результатів інноваційної діяльності, його унікальні властивості, що притаманні кожному окремому підприємству, галузі та регіону, покликана науково-обґрунтована стратегія інноваційної діяльності, її грамотне формування та реалізація.

Фахівці виокремлюють такі види стратегій інноваційної діяльності (НДДКР): 1) наступальна, що означає розробку цілком нових технічних і технологічних рішень для забезпечення реалізації корпоративної стратегії зростання; 2) захисна – розробка таких дизайнерських, техніко-технологічних рішень, які б забезпечили збереження підприємством досягнутих позицій на ринку; 3) проникнення – стратегія для конструювання такого товару, чи надання йому таких властивостей, що забезпечить проникнення на нові ринки; 4) конгломератна – її ще називають наступально-захисною і застосовують, як правило, великі підприємства, оскільки така стратегія капіталомістка, вимагає значних фундаментальних та прикладних розробок і носить ризикований характер; 5) реакції – це стратегія реакції на суттєвий технологічний прорив конкурентів [4, с 118; 5].

Сучасна модель стратегії на будь-якому рівні – це модель адаптивної поведінки для забезпечення ефективного функціонування і досягнення довгострокових цілей-орієнтирів організації, ключовими завданнями котрої за такого підходу є: 1) визначення чинників зовнішнього середовища підприємства, які воно може змінити в сприятливому для себе напрямі; 2) виявлення внутрішніх чинників, які необхідно змінити для ефективного пристосування до тих коливань чинників зовнішнього середовища, що підприємству контролювати не під силу. Водночас зовнішнє середовище підприємства характеризується складністю (чинників безліч, причому вони перебувають у різних комбінаціях); взаємозв'язком і взаємообумовленістю чинників (зміна одного із них може викликати лавину змін інших); невизначеністю (стратегічні рішення приймають в умовах неповноти інформації про зовнішнє середовище: повну здобути неможливо); багатоваріантністю розвитку середовища (надзвичайно важко спрогнозувати дію його факторів в стратегічному періоді); динамізмом і мінливістю (зміни в зовнішньому середовищі

відбуваються достатньо динамічно, з наростаючою швидкістю). Таким чином, стратегія розуміється як постійна зміна підприємства або регулярна його адаптація до можливих (необхідних) змін у середовищі на шляху до досягнення мети [4].

Формування та реалізація стратегії інноваційної діяльності промислових підприємств у нинішньому періоді ускладнюється сповільненням економічного зростання, посиленням кон'юнктурної нестабільності, високим рівнем динаміки цін на ринках, в галузях і в технологіях під впливом інформаційних комунікацій, непередбачуваністю ринку, посиленням конкуренції та глобалізацією економіки.

При чому глобалізація сьогодні характеризується оновленими рисами, що притаманні Глобалізації 4.0, як новій фазі її розвитку. Такі безпрецедентні трансформації викликані розгортанням четвертої промислової революції, котра ґрунтується на розвитку кіберфізичних систем, розмиванням меж між фізичною, віртуальною і біологічною сферами життя [6, с. 20–25].

Поряд із цим розвиток світової економіки сьогодні фахівці позиціонують із дуальної позиції: з одного боку, *підвищенням ролі локального, місцевого або регіонального рівня*, котрий відіграє важливу роль під час стимулювання розвитку національних економік і є найпридатнішим для генерування та впровадження нововведень, з іншого боку, *посиленням глобалізації*, переходом її на такий рівень, який обумовлюється зростаючими потоками даних та рухом товарів, послуг і капіталу. Вищезазначені процеси обумовили появу феномену *глокалізації* (англ. *glocalization*) – лінгвістичного гібриду глобалізації (*globalization*) і локалізації (*localization*) – терміну, який вказує на те, що зростаюче значення континентального і глобального рівнів відбувається одночасно зі зростанням значимості місцевого та регіонального рівнів [7; 8]. Результатом симбіозу вищезазначених процесів стало зміщення центру тяжіння у розвитку інноваційних процесів з національного на регіональний (місцевий) рівень, природне формування регіональних і локальних інноваційних систем як органічних складових національної інноваційної системи і невід'ємних частин глобального середовища, що розвиваються під впливом його безперервних, а наразі швидких і кардинальних змін.

Управління цими змінами потребує оновленої системи освіти, цільових програм для навчання працівників новим навичкам

і, що найголовніше, – вимагає від країн здатності використовувати свої унікальні переваги для розвитку нових індустрій і ключових технологій 4.0, які у найближчому майбутньому визначатимуть їх позиції у глобальній економіці.

Отже, науково-обґрунтована стратегія інноваційної діяльності промислового підприємства має враховувати феномен глобалізації як чинника та умови під час її формування та реалізації. Зібравши максимальну інформацію про стан зовнішнього середовища, варто визначити його загрози та можливості, оцінити їх з точки зору важливості та ступеня впливу на стратегію підприємства з позиції розвитку Industry 4.0. та задоволення життєво важливих інтересів населення України [9].

Список використаних інформаційних джерел

1. Full text of Chinese President Xi Jinping's keynote speech. *World Economic Forum* (Davos, Switzerland, 17 January 2017). Davos, 2017. URL: <https://america.cgtn.com/2017/01/17/full-text-of-xi-jinping-keynote-at-the-world-economic-forum> (дата звернення: 20.03.2021).
2. Бондар-Підгурська О. В. Інноваційна активність промисловості в умовах глобальної кризи. *Технологический аудит и резервы производства*. 2013. № 2/2 (10). С. 18–22.
3. Regions and Innovation: Collaborating across Borders. *OECD Reviews of Regional Innovation*. Paris : OECD Publishing, 2013. URL: <http://dx.doi.org/10.1787/9789264205307-en> (дата звернення: 20.03.2021).
4. Сак Т. В. Стратегія підприємства: курс лекцій. Луцьк : СНУ ім. Лесі Українки, 2017. 132 с.
5. Бондар О. В., Глебова А. О. Інноваційний менеджмент. Київ : Освіті України. 2013. 480 с.
6. Schwab K. The Fourth Industrial Revolution. *World Economic Forum*. Geneva, 2016. 172 p.
7. Glocalization *Britannica. Encyclopædia* URL: <https://www.britannica.com/topic/glocalization> (дата звернення: 20.03.2021).
8. Підоричева І. Ю. Розвиток інноваційних екосистем України в умовах глокалізації та європейської інтеграції. Дисертація на здобуття наукового ступеня д-ра економ. наук за спеціальністю 08.00.03 – економіка та управління національним господарством. ІЕП НАН України, Київ, 2021. 554 с.
9. Bondar-Pidhurska O. V., Solovyov V. P. The strategy of sustainable innovative society-oriented development of Ukrainian economy (by the example of mineral resource industry). *Scientific bulletin of National Mining University*. 2017. № 4 (160). P. 122–132

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МЕТОДІВ МЕНЕДЖМЕНТУ ОРГАНІЗАЦІЇ В УМОВАХ КОНКУРЕНЦІЇ

В. А. Сніг, студент спеціальності Менеджмент, група МЕН б-41
О. П. Білінська, науковий керівник, ст. викладач кафедри менеджменту
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Управління організацією являє собою складний і динамічний процес, який відбувається в кожній організації для досягнення поставленої мети. Одним із основних завдань ефективного управління є створення методів менеджменту, за допомогою яких відбувається вплив на працівників, забезпечуючи їх активність та координуючи їх діяльність. Тому головною ціллю будь-якої організації є сучасне орієнтування та розвиток методів менеджменту для забезпечення її ефективного функціонування.

Питання дослідження методів менеджменту вивчали велике число вітчизняних учених: І. Т. Балабанов, Б. Є. Грабовецький, Р. І. Жовнович, Й. В. Лесів, З. О. Манів, О. Г. Мельник, В. Д. Немцов, Л. Є. Довгань, Г. Ф. Сініок, І. М. Луцький, Г. В. Осовська, С. В. Онищенко, Ф. І. Хміль, С. Д. Шеверенко, А. В. Шегда та інші.

Методи являють собою важливий елемент процесу менеджменту. Наявність прогресивних методів та їх вміле використання є передумовою ефективності менеджменту і господарських процесів [3].

Частина авторів класифікують методи управління залежно від їхнього змісту, спрямованості і організаційної форми, що відображає, по суті, адміністративний, економічний і соціальний вплив на керовану систему. Інші характеризують їх по способів і прийомів впливу. Але в будь-якому разі методи менеджменту розглядаються як органічно доповнюють одне одного і перебувають у постійній динамічній рівновазі. При цьому спрямованість методів менеджменту цілком стійка – вони завжди спрямовані на людей, що здійснюють різні види трудової діяльності [2].

Традиційно науковці виділяють такі методи управління: організаційно-адміністративні, економічні та соціально-психологічні.

Оскільки реалізація функцій менеджменту та принципів управління здійснюється шляхом застосування різноманітних

методів, то за допомогою методів управління управляюча система встановлює правила дій та поведінку, які є обов'язковими для підсистем, що управляються.

Необхідно зазначити, що одним із головних призначень методів управління в умовах формування ринкових відносин є забезпечення високої ефективності діяльності працівників для досягнення найвищих результатів господарювання. Для цього передусім необхідно враховувати специфіку діяльності, а також конкурентні зміни.

Таким чином, для ефективного управління організацією необхідно одночасно використовувати комбінацію методів управління та надавати переваги тільки деяким з них. Використання методів управління передбачає постійний пошук найкращого способу впливу на об'єкт управління, який дав би змогу досягати бажаних результатів з урахуванням мінливого зовнішнього середовища в сучасних умовах господарювання.

Список використаних інформаційних джерел

1. Большаков А. С., Михайлов В. И. Современный менеджмент: теория и практика. Санкт-Петербург : Питер, 2002. 416 с.
2. Дідківська Л. Г., Гордієнко П. Л. Історія вчень менеджменту : навч. посіб. Київ : Алерта, 2008. 477 с.
3. Дикань Н. В., Борисенко І. І. Менеджмент : навч. посіб. Київ : Знання, 2008. 389 с.
4. Бовыкин В. И. Новый менеджмент. Решение проблем управления. Повышение в десятки раз темпов роста капитала. 2-е изд., доп. и перераб. Москва : Экономика, 2004. 362 с.

HUMAN BEHAVIOR IN THE CONTEXT OF MOTIVATION MANAGEMENT

L. K. Tadeyo, student majoring Management, group MAN BA b engl-31

*O. P. Bilinska, Supervisor, Senior Lecturer of the Department of Management
Poltava University of Economics and Trade*

Human behavior in the context of motivation management is an actual topic that helps an individual to understand the personal goals and mission of this world. Here will be able to gain information on the definitions of human behavior in the context of motivation, the

MAPS model and lastly will give a personal example of BMW Group in motivation.

The term “Motivation” is derived from the Latin word “movere” meaning to Move [1] which means facts, needs, emotion, and organic state which encourages an individual to perform a task. Human behavior is the ability to portray your inner self internal and external in the motives of what drives an individual psychologically.

Personal motivation is a key factor within a successful output which you would have applied. You can increase personal motivation by several facts namely [Fig. 1]. By creatively planning life or daily routine, focusing on accomplishments, set measurable goals, Giving out, positive habits, gratitude, and Energy level or health. These several facts mentioned will affect how you will be behavior that’s when Human behavior and Motivation connect. Imagine you planned your week from Sunday on each daily route you are going to take, what will you give to others, creating an exciting atmosphere to others and feeling health will automatically make you a person who starts chasing for a certain behavior to be productive in terms of what you talk about or watch.

As we have mentioned in the HOW part of Human Behavior in the context of Motivation let’s talk about WHY we do have to take Human Behavior in the contest of Motivation important. Human Behavior in the contest of motivation helps in Understanding yourself clearly. The way we think, and act is different, some people are fast at doing things other slow, I have done small research on myself in terms of timing my events. We noticed that we are slow on prepare an assignment or even catching a bus, we started making a routine to wake up early and do my task early than everyone else even though they ask me why we do that, it’s because knowing ourselves are slow makes us change our behavior and aim on our motive which we need. By doing so we managed to understand ourselves more. Lastly, the reason why we study Human Behavior in the contest of Motivation is to able to spot and solve problems.

To achieve sustained change in personal life and performance in daily tasks and self-improvement, it essentials to have a strategy at hand on how to map your way to greatness. Using the key levers summarized In the MAPS model is important: Motivation, Ability, Psychological capital; and Supporting Environment.



Figure 1 – MAPS model of key behavior change levers [2]

The MAPS model-motivation, abilities, psychological capital, and social environment-provides a systematic approach to changing employee behavior sustainably.

As an example based on the thesis above, BMW Group has been a strong brand that comes to its motivation and human behavior empowerment. In 2021 BMW made a new car the M4 a very amazing performance car. It gave its employees a task to build the production car by making every employee feel involved in the production. On a lot of interviews and reviews of the car on social media platforms groups and an individual who designed each part of the car had the opportunity to explain how they have assembled the car as a team making every employee feel the need and motivate to do more. A lot of companies have done that to put their employees first but BMW has gone further to listening and implement employees' plans no matter which role you are to play in the company.

In conclusion, human behavior in the contest of motivation works as one to perform the right task at hand. Applying the MAPS model will may it much easy to understand yourself and employees in terms of what makes them and yourself much productive.

List of used information sources

1. Manzoni J.F. and J. L. Barsoux. The Set-Up-To-Fail Syndrome: How Good Managers Cause Great People to Fail. Boston MA: Harvard Business School Press, 2002.

2. Kinley N. and S. Ben-Hur. Changing Employee Behavior: A Practical Guide for Managers. London: Palgrave Macmillan, 2015.
3. Driver M. J. "Career Concepts and Career Management in Organizations". Behavioral Problems in Organizations, 1979: 79–139.

ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ФУНКЦІЙ МЕНЕДЖМЕНТУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Ю. М. Нікуліна, студентка спеціальності Менеджмент, групи МЕН 6-41

О. П. Білінська, науковий керівник, ст. викладач кафедри менеджменту

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

В умовах ринкової економіки керівники підприємств все більше приділяють увагу пошуку нових концепцій розвитку організацій та пристосування систем управління до швидких змін в сучасних умовах господарювання. Такі швидкі зміни умов виробничої діяльності впливають не тільки на необхідність пристосування систем управління, а й спонукають розвиток кожної функції управління для розвитку організації в конкурентних умовах.

Функції менеджменту відображають сутність і зміст управлінської діяльності на всіх рівнях управління. Вони спрямовані на вирішення специфічних проблем, які виникають в процесі функціонування будь-якої організації. За думкою науковців, головними ознаками для класифікації функцій управління є: вид управлінської діяльності, спрямованість видів діяльності на керований об'єкт та фактори зовнішнього середовища. Відповідно за цими ознаками виділяють загальні та специфічні функції менеджменту [4]. Взаємозв'язок між загальними функціями менеджменту характеризує сам процес управління організацією та відображає їх рух (рис. 1).

Отже, усі функції менеджменту взаємопов'язані та являють собою складний процес, який тісно пов'язаний із системою виробництва конкретної організації.

Також необхідно зазначити, що кожна функція повинна представляти певну сферу дії менеджменту організації та об'єднувати систему управління в єдиний цілісний процес.

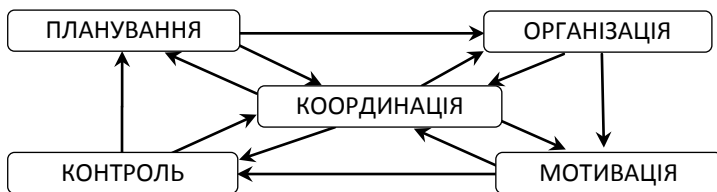


Рисунок 1 – Взаємозв'язок функцій менеджменту [4]

Таким чином, ефективне управління будь-якої організації не можливе без втілення сучасної концепції менеджменту як функціональної сфери управлінської діяльності. Саме тому виокремлення та розвиток функцій менеджменту дозволить покращити функціонування та діяльність організації, а також сприятиме формуванню ефективної системи менеджменту.

Список використаних інформаційних джерел

1. Афанасьєв М. Основи менеджменту: навч.-метод. посіб. Харківський держ. економічний ун-т. Харків: ВД «ІНЖЕК», 2003. 481 с.
2. Басва О. В. Основи менеджменту: практикум. Київ: Центр учбової л-ри, 2007. 522 с.
3. Хміль Ф. Менеджмент: підручник для студ. вуз. Київ: Академвидав, 2005. 607 с.
4. Шегда А. Менеджмент: учебник 3-е изд., испр. и доп. Київ: Знання, 2006. 645 с.
5. Шокур В. Основи менеджменту: навч. посіб. для дистанц. навчання. Відкритий міжнародний ун-т розвитку людини «Україна». Київ: Ун-т «Україна», 2005. 340 с.

ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОТИ МАЙБУТНЬОГО БІЗНЕСУ DZ «POLTAVA»

І. С. Бондаренко, студентка спеціальності Право, група ПР-21 (ДЗВ Б 9-62)

І. В. Юрко, науковий керівник, к. е. н., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Упродовж останніх років парашутний спорт почав стрімко набирати популярності. За даними, опублікованими Асоціацією парашутного спорту США, близько 500 000 людей роблять загалом близько 3 мільйонів стрибків щорічно. Тому наразі є

актуальним впровадження організацій, які дають змогу людям виконувати стрибки з парашутом.

У парашутній термінології, **дропзона** (англ. Drop zone – зона викидання) – це місце (аеродром чи інший майданчик), де виконуються стрибки з парашутом. Як правило, місце проведення стрибків з парашутом розташоване в безпосередній близькості від аеродрому, з якого злітає повітряне судно з парашутистами. Також дропзона може іменуватися як парашутний клуб.

Метою даного проєкту є популяризація парашутного спорту на території України, проведення фестивалів парашутного спорту, розвитку міжнародних зв'язків та обмін досвідом.

Вивчаючи ринок надання послуг у галузі парашутного спорту, вважаємо, що вигідним місцезнаходженням дропзони буде Полтавська область (район м. Решетилівка). Станом на сьогодні у Полтавській області немає жодної приватної дропзони, яка може надавати такі послуги. Багато людей з Полтавської області, які бажають виконати стрибки з парашутом, вимушені їхати у с. Коротич (Харківська область), у м. Київ або у м. Дніпро. Нашою перевагою буде те, що ми будемо однією дропзоною в нашій області.

Споживачами наших послуг буду люди, які бажають активного відпочинку. Для стрибків з парашутом – це енергійні, придатні за станом здоров'я особи, віком від 16 років.

Наша дропзона матиме широкий спектр послуг, а саме:

- стрибок з парашутом типу «Крило»;
- стрибок з десантним парашутом;
- тандем-стрибок з інструктором;
- навчання за програмою AFF;
- відеозйомка стрибків з парашутом;
- ознайомлювальні польоти на літаку;
- фотосесії на території аеродрому;
- комфортний відпочинок на території дропзони.

Для пошуку споживачів наших послуг ми будемо використовувати соціальні мережі (Instagram, Facebook), створимо власний веб-сайт нашої дропзони, надруковані флаєра залишимо у магазинах спортивного спорядження, розмістимо декілька білбордів на в'їзді/виїзді до м. Полтава.

Під час планування, ми виокремили такі етапи здійснення проєкту:

1. Державна реєстрація ФОП.
2. Укладення договору оренди аеродрому.
3. Укладення договору оренди літака.
4. Закупівля спорядження.
5. Підготовка приміщень до роботи.
6. Найм персоналу та його підготовка до початку роботи.
7. Початок рекламної кампанії.
8. Урочисте відкриття дропзони.

Організаційно-правова форма бізнесу: ФОП 2 групи оподаткування (може мати дохід не більше 5,0 млн. грн. на рік; може мати не більше 10 найманих працівників; може надавати послуги тільки населенню, або платникам єдиного податку). Очолювати нашу дропзону буде директор одноосібно.

Даний проєкт розрахований на 4 роки 9 місяців, за цей час ми плануємо:

1. Отримати прибуток.
2. Розширити штат працівників.
3. Збільшити матеріальну базу.
4. Розширити обсяг надання послуг.
5. Вивести дропзону на міжнародний рівень.

Таким чином, даний проєкт нині є актуальним. З кожним роком популярність парашутного спорту набирає обертів, завдяки чому збільшується попит на послуги, які описані у проєкті.

Список використаних інформаційних джерел

1. Бізнес-план. Методичні рекомендації по розробці бізнес-плану для студентів усіх спеціальностей. – Полтава : ПУЕТ, 2019. – 32 с.
2. Серебренников Г. Г. Парашютный спорт / Г. Г. Серебренников. – Київ : Патріот, 2016. – 224 с.

АНАЛІЗ КОНЦЕПЦІЇ ТА РОЗВИТКУ ВЕГАНСЬКОГО КАФЕ

А. Г. Гімп, студентка спеціальності *Готельно-ресторанна справа, група ГРС-42*

А. О. Брацун, науковий керівник, асистент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Усе більша кількість людей турбується про своє здоров'я і хоче позбутися зайвої ваги, для деяких такий спосіб харчування

– один із найбільш раціональних варіантів. До того ж це ще й модно, але це лише частина шанувальників ідеї. Раніше вважалося, що подібна вегетаріанська кухня більш популярна серед дівчат, зараз же є достатньо послідовників і серед чоловіків, тому не варто непокоїтися про обмеження майбутньої цільової аудиторії.

Вегетаріанство в Україні набирає все більшої популярності. І якщо два роки тому це було 10 % населення країни, то зараз рослинного харчування дотримується все більше не тільки молоді, а й людей старшого віку. Причини переходу на вегетаріанство дуже різні: комусь шкода тварин, хтось піклується про здоров'я, а інші просто наслідують тренд. Як, власне, і вегетаріанці бувають різні, є ті, хто частково споживає тваринний білок, є і радикально налаштовані люди.

Зміна ставлення до свого раціону, прискорення темпів життя, зміна умов праці, призвели до збільшення кількості прихильників вегетаріанської ідеології.

Заклади для веганів – одна з найбільш перспективних і вільних ніш для невеликих ресторанів і кафе. Поява подібних закладів цілком логічна після активної популяризації здорового харчування і способу життя протягом останніх років.

Основний сегмент відвідувачів це вегетаріанці та вегани, люди які ведуть здоровий спосіб життя, які стежать за своїм самопочуттям.

До потенційних гостей веганського кафе можна віднести не тільки людей, які розділяють ідеологію веганів, але також і тих, хто просто цікавиться різними духовними практиками, йогою, медитацією, захоплюється східною культурою, турбується про захист навколишнього середовища. Ці люди і будуть складати основу постійних клієнтів.

У кафе веганської кухні всі страви готуються винятково з рослинних інгредієнтів. Не використовуються продукти тваринного походження. Кафе базується на загальних ідеях і принципах веганства: відсутність тваринних продуктів, ГМО та алкоголю. Алкоголь не продається, оскільки це суперечить концепції, проте пропонується широкий асортимент безалкогольних напоїв.

Перевагою розташування є те, що кафе розташовується у центрі Києва, де є велика кількість культурних пам'яток, музеїв, театрів та інших закладів, які відвідує багато туристів.

Кафе планує працювати з оптовими постачальниками овочів і фруктів. Українські аграрії можуть поставляти мікрогрін, свіжу зелень, овочі та фрукти. Внутрішній ринок сільськогосподарської продукції досить ємний.

Основний рекламний канал – «сарафанне радіо», відвідувачі кафе будуть рекомендувати своїм знайомим. Ще, звичайно, через інформацію в соціальних мережах. Будуть вестися сторінки в Instagram та Facebook.

У районі розташування закладу є декілька інших закладів які можуть стати конкурентами. Це такі, як «Грін 13 кафе», «Вегануті» та «Раман». Але в нас є деякі переваги. Конкуренти пропонують тільки веганські страви. Ми плануємо пропонувати не тільки веганські та вегетаріанські страви, але і екопродукти. Крім того, ми будемо працювати на замовлення з доставкою, надаючи при цьому знижку.

Формою здійснення діяльності було обрано одноосібне володіння. Власником є фізична особа-підприємець.

Одноосібна форма – одна з найпростіших форм бізнесу, особливо в тому, що стосується його початку, функціонування і ліквідації. При одноосібному володінні все майно підприємства належить одному власникові, який самостійно ним управляє, одержує прибуток і несе повну особисту відповідальність по всім його зобов'язанням.

Про результати господарської діяльності підприємства свідчать такі показники, як прибуток, витрати та оборот. Основні показники, які були отримані в процесі розробки бізнес-плану, це:

- середня відвідуваність за день – 55 осіб на день;
- середній чек – 260 грн;
- обсяг продажів на місяць – 416 800 грн;
- обсяг продажів на рік – 5 001 600 грн;
- витрати за рік – 4 100 000 грн;
- прибуток за рік – 901 600 грн;
- рентабельність – 22 %.

Отже, ресторанний бізнес є одним із найбільш значущих складників індустрії гостинності. Одним із головних завдань нині залишається аналіз ринку ресторанних послуг та визначення основних тенденцій його розвитку, які дадуть підприємцям нові можливості для заснування бізнесу в найбільш затребуваних та перспективних сегментних нішах, зокрема, і

вегетаріанського напрямку, як важливого прояву тенденції до здорового способу життя.

Список використаних інформаційних джерел

1. Бізнес-план : метод. реком. по розробці бізнес-плану для студентів усіх спеціальностей. – Полтава : ПУЕТ, 2019. – 32 с.
2. Алексєєв Д. Ресторан за інтересами / Д. Алексєєв // Ресторанні відомості. – 2016. – № 101. – С. 12–14.

ПРОЄКТ УДОСКОНАЛЕННЯ ФЕРМЕРСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА

В. А. Гроза, студент спеціальності Право, група ПР-21

І. В. Юрко, науковий керівник, к. е. н., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Під час пандемії виріс попит на сільськогосподарську продукцію через обмежений доступ до неї у зв'язку з карантинними обмеженнями.

Метою проєкту є розвиток фермерського господарства, налагодження збуту сільськогосподарської продукції й отримання доходу від її реалізації.

Сутність проєкту полягає в тому, щоб відкрити власний бізнес і розвинути його за невеликий проміжок часу. Місцем впровадження проєкту буде Полтавська область, Лубенський район, село Новоіванівка.

Споживачами цієї продукції будуть як переробні підприємства сільськогосподарської продукції, так і люди, які потребують кормів для ведення свого домашнього господарства.

Асортимент вирощеної і переробленої продукції будуть складати такі позиції.

- зернові культури: пшениця, соняшник, кукурудза;
- сухі корми для ВРХ у вигляді сіна;
- матеріали для забезпечення ведення сільського господарства у вигляді соломи.

Виробництво саме цієї продукції зумовлюється тим, що на такі продукти завжди є стабільний попит, а чорнозем нашої місцевості добре підходить для вирощування саме цих сільськогосподарських культур. Також значною перевагою на користь

продукції є налагоджений ринок збуту і наявність постійних покупців.

Майбутніми постачальниками сировини і матеріалів виробництва будуть фермерські господарства, приватні підприємці та промислові підприємства. Закупівлі посівних матеріалів будуть здійснюватися у фермерів на конкурсній основі залежно від ціни та якості. Закупівля паливо-мастильних матеріалів відбуватиметься в Кременчуцького НПЗ. Закупівлі запасних частин у ФОП, які мають товари такого сегменту. Закупівля добрив у підприємств, які виготовляють таку продукцію.

Конкурентів у нашому сегменті ринку небагато, тому не складно буде знайти покупців на даний вид товарів. Основними конкурентами виступають ФГ «Корнієнко» і ДПДГ ім. 9 січня.

Етапи здійснення проєкту:

- закупівля посівних матеріалів;
- закупівля паливно-мастильних матеріалів;
- обробка ґрунтів;
- посівні роботи;
- заготівля кормів;
- зернозбиральні процеси;
- продаж перерахованої вище продукції споживачам.

Організаційно-правовою формою ведення бізнесу буде створення юридичної особи Фермерське господарство «Гроза», яке буде платити єдиний податок за ставками 4 групи. Це зумовлено тим, що держава надає пільги на ведення такого виду підприємництва, тож це будуть найвигідніші умови для фермерського господарства.

У результаті впровадження проєкту отримає подальший розвиток підприємство, покращаться умови збуту товарів і збільшиться дохід.

Список використаних інформаційних джерел

1. Бізнес-план. Методичні рекомендації по розробці бізнес-плану
2. для студентів усіх спеціальностей. – Полтава : ПУЕТ, 2019. – 32 с.
3. Коваль Н. Облік в фермерських господарствах : навч. посіб. / Н. Коваль, О. Подолянчук. – Харків : ЦНЛ, 2019. – 374 с.
4. Аграрна економіка : у 2 томах: [пер. з нім.]. – 8-ме вид., перероб. / К. Бекманн, Й. Бреккер, А. Дітц [та ін.]; за ред. Х. Лохнер, Й. Бреккер. – Харків : Університетська книга, 2013.
Т. 1 : Фермер: базовий рівень. – 628 с.
Т. 2: Фермер: професійний рівень. – 606 с.

ОБҐРУНТУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДОЦІЛЬНОСТІ СТВОРЕННЯ КАФЕ-БАРУ МУЛЬТИНАЦІОНАЛЬНОЇ КУХНІ «CHARDONNAY»

А. О. Никоненко, студентка спеціальності *Готельно-ресторанна справа, група ГРС-42*

А. О. Брацун, науковий керівник, асистент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Ринок громадського харчування в Україні знаходиться в непростому стані в умовах скорочення витрат населення на розваги та товари, що не належать до категорії першої необхідності. Однак, як і в багатьох інших галузях, преміум-сегмент у закладах громадського харчування залишається досить стабільним, а інтерес населення до незвичайних, нетрадиційних продуктів зростає. Сьогоднішній клієнт звертає увагу не тільки на якість обслуговування і смак страв, але також і на естетичну складову подачі та дизайн інтер'єрів закладу харчування.

Відкриття кафе-бару цінового сегмента «преміум» у Полтаві передбачає організацію високорентабельного закладу громадського харчування.

Метою даного проєкту є реалізація традиційних страв та напоїв різних країн світу. Особливістю проєкту є незвичний інтер'єр в стилі арт-деко та страви мультинаціональної кухні.

Заклад буде розташовуватися в орендованому приміщенні в центральній частині міста, у безпосередній близькості від туристичних маршрутів та транспортних зв'язків по вулиці Соборності, 32А, у місті Полтава. Загальна площа приміщення – 120 м² (45 м² – кухня, бар, господарська зона, 75 м² – зал і транзитні зони). Зал матиме 45 посадочних місць.

Конкуренція у сфері кафе-барів досить висока, але саме в преміум-сегменті ринок найбільш вільний. У районі розташування кафе можна виділити трьох основних конкурентів, які працюють у різному ціновому сегменті, але мають зовсім не схожий асортимент (кафе «Чічіков», ресторан грузинської кухні «Той самий Барашек», сімейний ресторан «Галушка»). Але при правильному позиціонуванні підприємства є можливість сформувати коло власних споживачів, оскільки асортимент закладу «Chardonnay» буде достатньо екзотичним.

Особливостями та відмінностями закладу від конкурентів є:

- страви мультинаціональної кухні;
- широкий оригінальний асортимент вин різних країн світу;
- ретельно розроблена рецептура;
- використання тільки натуральних інгредієнтів;
- популярні напої світу;
- послуги бронювання;
- послуги живої музики та розважальні програми;
- дегустаційні програми та майстер-класи;
- сезонні страви та акції.

Позитивним фактором можна вважати і те, що поряд з кафе знаходяться бізнес-центри, офісні будівлі та готелі на відстані 1 км.

Цільовою аудиторією нашого кафе будуть чоловіки та жінки (переважно) у віці 20–60 років з рівнем доходу вищим 6 000 гривень; гості міста (45 %) та жителі міста (55 %). Цінова політика розрахована на дохід середній та вище середнього.

Меню нашого закладу включатиме близько 40–50 найменувань страв і 30–40 видів напоїв. Оновлення переліку деяких страв буде відбуватися кожні 3 місяці, залежно від сезону. У меню будуть пропонуватися страви великобританської, японської, іспанської, австрійської, італійської, французької, мексиканської, турецької, польської та української кухні.

Майбутніми основними постачальниками товарів та сировини будуть оптові бази Полтави: овочева база, ТОВ «Добро-Полтава», ПП «Полагропром», ТОВ «Маркет-груп-Полтава», інтернет-магазини та інші.

Для активізації продажів буде створено веб-сайт кафе-бару, на якому розмішуватиметься меню з цінами, контакти, фотографії інтер'єру і команди, фотографії та відео виробничого процесу, новини та спеціальні пропозиції, рекламні сторінки у соціальних мережах, на яких будуть анонсуватися статі з веб-сайту, а також проводитися конкурси та розіграші для максимального залучення аудиторії. Передбачається співпраця з рядом мобільних додатків, які виступають в ролі гіда по місту.

Організаційно-правовою формою ведення господарської діяльності вибрано ФОП. На етапі створення і становлення бізнесу він є найпростішою формою для державної реєстрації та управління. Перевагами такої організаційно-правової форми є:

- простота реєстрації;
- знижені податки;
- спрощена система звітності та діловодства, яка не вимагає найму професійного бухгалтера на постійну роботу.

З метою визначення доцільності майбутнього бізнесу та економічної ефективності було проведено дослідження та отримані наступні результати.

Середня відвідуваність за день – 47 осіб.

Середній чек – 290 грн.

Об'єм продажів за місяць – 408 900 грн.

Об'єм продажів за рік – 4 906 800 грн.

Витрати за рік – 4 040 000 грн.

Прибуток за рік – 866 800 грн.

Рентабельність – 17,7 %.

Доходність ресторанного бізнесу по Україні в середньому 20 % (це власний дохід від товарообігу який можна витратити на повернення інвестицій або на власні потреби).

Результати від здійснення проєкту

- створення унікального закладу громадського харчування в місті Полтава;
- підвищення якості надання послуг у сфері громадського харчування до європейського рівня;
- отримання прибутку;
- завоювання ринку серед найкращих закладів України;
- участь в конкурсах та фестивалях міжнародного та між-міського рівня.

Список використаних інформаційних джерел

1. Бізнес-план. Методичні рекомендації по розробці бізнес-плану для студентів усіх спеціальностей. – Полтава : ПУЕТ. – 2019. – 32 с.
2. Земліна Ю. Тенденції розвитку готельного бізнесу в Україні [Електронний ресурс] / Ю. Земліна, О. Ліфіренко // Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації. – 2019. – Т. 2. – № 1. – С. 121–131. – Режим доступу: <http://restauranthotel.knukim.edu.ua/article/viewFile/170430/171374>. – Назва з екрана.
3. Ільїн А. Україна гостинна: як розвивається готельний ринок [Електронний ресурс] / А. Ільїн // Hromadske. – 2018 – 8 квіт. – Режим доступу: <https://hromadske.ua/posts/iak-rozvyvaietsia-hotelnyi-rynok>. – Назва з екрана.

ОРГАНІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ НІЧНОГО КЛУБУ «Servi Dei Night Club»

С. Д. Репов, студент спеціальності Право, група ПР 6-21 (ДЗВ б 9-62)

І. В. Юрко, науковий керівник, к. е. н., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Відкриття нічного клубу стає сьогодні одним з найпопулярніших варіантів початку нового бізнесу. Розважальний заклад цього типу здатний приносити істотний прибуток. Однак і витрати, пов'язані з його змістом, є досить значними.

Нічний клуб є дуже специфічним закладом, успішна робота якого залежить від безлічі специфічних факторів.

Будь-який розважальний заклад у великому місті відчуває жорстку конкуренцію. Це стосується і клубів: у будь-якому мегаполісі вони представлені у великій різноманітності.

Концепція містить у собі ряд складників, але основними можна назвати такі: цільова аудиторія; займана ніша; склад, кількість і особливості послуг.

Вони дозволяють з максимальною достовірністю спрогнозувати можливу прибутковість майбутньої діяльності. Крім цього, вибір концепції дозволяє визначити рівень майбутніх витрат.

Одним із найважливіших кроків для визначення концепції є проведення соціологічного дослідження.

Особливості вибору цільової аудиторії. Визначення необхідної цільової аудиторії – це ключовий фактор для правильного вибору концепції і, як наслідок, складання успішного бізнес-плану.

Вибір аудиторії дає можливість максимально точно розробити концепцію закладу і визначитися зі складом послуг, що надаються.

Планування доходів нічного клубу. Головним предметом, що цікавить будь-якого підприємця, який відкриває бізнес, є прибуток, який значною мірою визначається рівнем доходів.

Щоб оцінити можливий рівень доходу, потрібно вивчити такі фактори: частота відвідування нічного клубу цільовою аудиторією; кількість відвідувачів у день; рівень цін на послуги; середній рівень витрат відвідувачів за один вечір.

У загальній масі необхідно виділити такі складники: плата за вхід до закладу, доходи від роботи бару, доходи від надання додаткових послуг (більярд, караоке, автомати і багато іншого).

Ретельний аналіз цих складових часто дає можливість знайти потенційні джерела додаткових доходів нічного клубу.

Планування рекламної кампанії. Ключове значення має проведення ефективної рекламної кампанії. Необхідно запланувати обсяг витрат на розробку, виготовлення і розповсюдження рекламних матеріалів. При створенні рекламної кампанії повинні враховуватися особливості цільової аудиторії, музична спрямованість закладу, а також інші фактори, що дозволяють розробити ефективні рекламні заходи.

Місце розташування розважального закладу – один з ключових етапів. Даний пункт дозволить відповісти на питання, скільки коштує відкрити нічний клуб.

Місце розташування клубу має аналізуватися з точки зору зручності доступу, у тому числі щодо наявності зручних під'їздів, близькості до метро, наявності парковки тощо.

Також обов'язковим пунктом цієї частини бізнес-плану є інформація про всю дозвільну документацію, яку повинен мати клуб, згідно з чинним законодавством.

Планування витрат. На підставі попередніх пунктів можна оцінити рівень передбачуваних витрат на відкриття клубу і ведення його діяльності.

До стартових витрат, які розглядаються, належать: витрати на придбання або оренду приміщення, на виконання необхідних ремонтно-оздоблювальних робіт, на придбання музичного, світлового, відеообладнання, а також меблів та іншого оснащення, на підбір і навчання персоналу, на рекламу, адміністративні витрати на отримання необхідної дозвільної документації.

Основні поточні витрати: оплата праці персоналу, оренда, утримання та обслуговування приміщення, організація концертів і заходів, придбання напоїв і продуктів для ресторану і бару.

Співвіднесення планованих витрат з доходами дозволяє оцінити прибутковість і рентабельність майбутнього нічного клубу. Також розраховуються термін окупності закладу та інші важливі економічні показники.

Список використаних інформаційних джерел

1. Бізнес-план. Методичні рекомендації по розробці бізнес-плану для студентів усіх спеціальностей. – Полтава : ПУЕТ, 2019. – 32 с.
2. Ильин В. И. Глава «Ночной клуб» / В. И. Ильин // Быт и бытие молодежи мегаполиса. Социальная структуризация повседневности общества потребления. – Київ : Інтерсоціс, 2007. – С. 263–300.

ДОСЛІДЖЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ МАЙБУТНЬОГО БІЗНЕСУ НА ПРИКЛАДІ PET-FRIENDLY КАВ'ЯРНІ «БУЛЬКОФФ»

В. С. Романенко, студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС-43;

Н. С. Ходіс, студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС-43

А. О. Брацун, науковий керівник, асистент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Рух «Pet-friendly» (з англійської – «допускати перебування з тваринами») з кожним роком усе більше розвивається на готельно-ресторанному ринку як України, так і всього світу. Чотириногі друзі давно стали невід'ємною частиною суспільного життя, з ними хочеться проводити час не тільки вдома, а й брати на відпочинок, зокрема в кафе або ресторани.

Pet-friendly кав'ярня – це заклад, де пригостять не тільки вас, але і вашого чотирилапого друга.

Актуальність нашого проєкту полягає в тому, що в нашому місті недостатня кількість закладів харчування, які можна відвідувати зі своїми улюбленцями.

В Україні все частіше відкриваються заклади, в яких раді домашнім улюбленцям. Більша частина зосереджена в туристичних містах – Києві, Одесі, Львові. За даними сайту Womo.ua [1] у самій столиці розташовується більше 30 таких закладів, найкращі та найпопулярніші з них – Milk Bar, Альтруїст, Любимый дядя, арт-забуд «Платформа» тощо.

Метою відкриття закладу є задоволення потреб певної категорії населення, впровадження інновацій в обраній галузі та популяризація руху pet-friendly серед полтавців та гостей міста.

Майбутній заклад буде розташовуватися на вул. Соборності, 50 у місті Полтава. Перевагами такого вибору місцезнаходження

вання є те, що це майже центральна частина міста, тут завжди великий пішохідний та автомобільний трафік, поруч знаходиться парк для прогулянок з тваринами, університет, торговий центр та розважальні заклади. Для відвідувачів наявні паркувальні місця.

Асортимент майбутньої кав'ярні орієнтований на напої, легкі закуски, десерти, вода та їжа для тварин.

Особливістю закладу є велика авторська карта кавових напоїв, смачна випічка, десерти власного приготування та корисні ласощі для домашніх улюбленців.

Кухня також приймає індивідуальні замовлення на приготування кондитерських виробів, тортів, тістечок тощо.

Основними нашими постачальниками будуть:

1. ОПТ «Кава Україна» (усе для приготування кавових напоїв);

2. «ОВОЧЕВА БАЗА «ПОЛТАВАПЛОДОВОЧ»;

3. ФОП «Аста» (М'ясні вироби) та інші.

У місті Полтава є декілька pet-friendly закладів – «Kofein», «Кавун» та «Buns Brew Bar». Нашими перевагами перед конкурентами можуть стати: зручне розміщення, наявність меню для тварин, два зали для гостей, з тваринами та без них.

Для ведення підприємницької діяльності ми обрали організаційно-правову форму ФОП.

Зазвичай ФОП обирають підприємці:

- діяльність яких пов'язана з послугами;
- відсоток офіційних витрат у них дуже незначний;
- які вперше починають вести підприємницьку діяльність;
- обсяг доходів до 5 млн грн. на рік;
- кому вигідно, що ФОП дешевий у обслуговуванні.

Структура управління закладом є лінійною, усі працівники будуть наймані. Штат працівників буде складатися з чотирьох висококваліфікованих працівників (адміністратор-бариста, адміністратор-офіціант, повар та прибиральниця).

Для обґрунтування доцільності реалізації проєкту проаналізовано деякі показники господарської діяльності нашого майбутнього підприємства:

Товарообіг за місяць: $84 \text{ (особи за день)} \times 120 \text{ грн (середній чек)} \times 30 \text{ днів} = 302\,400 \text{ грн (товарообіг за місяць)}$.

Повернення інвестицій/прибуток – 45 480 грн.

Очікуваний термін повернення інвестицій 17 міс.

Рентабельність 18,8 %.

Строк договору оренди 2 роки 11 місяців. Приблизно за половину цього строку планується повернення вкладених інвестицій, а друга половина строку буде приносити прибуток.

Для підтримки та активізації продажів у закладі планується постійне проведення наступних заходів:

- реклама в соціальних мережах та мережі інтернет (Google, Instagram, Facebook);
- створення власного сайту та мобільного додатку;
- співпраця з місцевими компаніями доставки (Mister.Am, Glovo);
- використання засобів масової інформації;
- розповсюдження рекламних буклетів на вулицях міста.

У висновку слід підкреслити, що для відкриття кафе потрібно не тільки початковий капітал і бажання отримувати прибуток, важлива цілісність концепції, реклама, підбір персоналу і вибір приміщення. Складання бізнес-плану кафе об'єднує всі ці фактори в один документ, з ним простіше оцінити ризики і можливості та залучити потенційних інвесторів.

Список використаних інформаційних джерел

1. Сайт Womo.ua – Режим доступу: <https://womo.ua/>
2. Сайт «Зміст» – Режим доступу: <https://zmist.pl.ua/news/prihodte-z-pesikom-pyatirka-dog-friendly-zakladiv-u-centri-poltavi>.

ДОСЛІДЖЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ МАЙБУТНЬОГО БІЗНЕСУ НА ПРИКЛАДІ КАФЕ ШВИДКОГО ХАРЧУВАННЯ «HEALTHY EATING»

Д. О. Черненко, студентка спеціальності *Готельно-ресторанна справа, група ГРС-42*

А. О. Брацун, науковий керівник, асистент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Кафе здорового харчування – це заклад, в якому пропонують здорову їжу, ґрунтуючись на найкорисніших способах обробки продуктів і процесах приготування.

Головним концептом філософії нашого закладу є соціальна значимість: здорова їжа – це основа якісного повноцінного життя.

В Україні тема здорового способу життя стала розвиватися як бізнес приблизно 5–6 років тому.

Сьогодні ресторани та кафе корисної їжі – є традиційним форматом для Європи і США. За останні роки, кількість закладів значно збільшилася. Кожного року відкривається близько 200 закладів по всій Європі.

В Україні найпопулярнішими є – Eat Easy, MoMo, Bali Bowl Cafe, Mira cafe, Smartass Kitchen & Bar, Be Healthy cafe, Лаунж-кафе I Live, YARO Healthy points та ін. Більшість з них розташована в Києві.

Метою відкриття закладу є популяризація ідеї здорового харчування. Рациональне харчування є визначальною умовою формування здоров'я та високої працездатності й активності протягом усього життя.

Майбутнє кафе буде розташовуватися в центрі міста Черкаси, на вул. Хрещатик. Кафе розраховане на споживачів будь-якого віку.

Особливістю є те, що кафе не використовує напівфабрикатів, усі страви готують зі свіжих продуктів, які закупають кожного дня. Кухня також приймає індивідуальні замовлення.

Постачальники – це одна з основ будь-якого бізнесу, тому до їх вибору потрібно підходити серйозно. Саме від якості продуктів буде залежати якість страв. При виборі постачальників ми користувалися «АВС» аналізом.

Основними нашими постачальниками будуть:

1. Фруктово-овочева база Citrus Склад (Черкаси)
2. «ОВОЧЕВА БАЗА «ОПТ-АГРО»
3. ПРАТ «БОРОВИЦЬКЕ» (риба)
4. Noreca shop – це компанія, яка турбується про безпеку своєї продукції з особливою увагою. Стратегічний вибір компанії – виробництво продукції найвищої якості.

У місті Черкаси розташований тільки один заклад здорового харчування – «FoodHacker». Нашими перевагами перед конкурентами можуть стати: індивідуальне пакування (із зазначенням складу і калорійності), сервіс, що дозволяє вибрати програму зниження ваги або здорового харчування і щодня отримувати

сет з дієтичних страв ресторанного рівня додому або в офіс, приймання замовлень тощо.

Підприємці мають право без обмежень самостійно здійснювати будь-яку підприємницьку діяльність, яка не заборонена законом. Законодавство надає можливість вибирати організаційно-правові форми ведення господарської діяльності. ТОВ, на сьогодні це одна з найбільш врегульованих форм бізнесу в Україні, яка наділена широким спектром прав і чітко визначених обов'язків.

Партнерство (товариство) – форма підприємницької діяльності, що передбачає об'єднання капіталів двох і більше окремих фізичних або юридичних осіб за умов розподілу ризику, прибутку і збитків, за умов спільного контролю результатів бізнесу, активної участі у його веденні. Основою взаємин між сторонами, що вступають у партнерство, є договір.

Оскільки партнерство є логічним продовженням розвитку одноосібного володіння, воно має певні переваги:

- зростають фінансові можливості внаслідок об'єднання кількох капіталів;
- зростає довіра банків;
- відбувається розподіл управлінських функцій;
- з'являється можливість найняти професійних менеджерів;
- виникає можливість користуватися пільгами, оскільки прибуток кожного учасника оподатковується як його індивідуальний дохід.

Для обґрунтування доцільності реалізації проекту, було проаналізовано основні показники господарської діяльності нашого майбутнього підприємства:

Товарообіг за місяць становить – 265 000 грн.

Витрати підприємства.

Оренда приміщення та комунальні платежі – 29 150 грн.

Витрати виробництва (товарні запаси, сировина) – 84 800 грн.

Витрати на маркетинг (реклама, декорування приміщення) – 13 250 грн.

Адміністративні витрати (податки) – 13 250 грн.

Операційні витрати (пакування на виніс, посуд, обладнання) – 10 600 грн.

Витрати на персонал (заробітна плата) – 58 300 грн.

Резервний фонд (покращення, форс-мажорні ситуації) – 2 650 грн.

Прибуток підприємства.

Прибуток за місяць становить – 53 000 грн.

Прибуток за рік – 636 000 грн.

Окупність невеликого кафе здорового харчування складе приблизно декілька років (2–2,5). Перший прибуток бізнес-ідея принесе через 3–4 місяці роботи кафе.

Для підтримки та активізації продажів в закладі планується постійне проведення наступних заходів:

- реклама в соціальних мережах;
- створення власного сайту;
- використання засобів масової інформації;
- розповсюдження рекламних буклетів у закладах, пов'язаних зі здоровим способом життя.

Список використаних інформаційних джерел

1. Бізнес-план. Методичні рекомендації по розробці бізнес-плану для студентів усіх спеціальностей. – Полтава : ПУЕТ, 2019. – 32 с.
2. Головань С. И. Бизнес-планирование : учеб. пособие / С. И. Головань. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2015. – 320 с.
3. Як відкрити кафе (ресторан) здорового харчування? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://biznesua.com.ua/yak-vidkriti-kafe-restoran-zdorovogo-harchuvannya/> – Назва з екрана.

ІНСТРУМЕНТИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЧНИХ ЗНАЬ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

І. Ю. Каменюка, студент спеціальності «Менеджмент організації і адміністрування», група МЕН-3

Є. Є. Завгородня, науковий керівник, к. пед. н., ст. викладач кафедри менеджменту

Державний заклад «Лузанський національний університет імені Тараса Шевченка», м. Старобільськ

Успіх діяльності будь-якого підприємства насамперед залежить від правильно обраної стратегії. Задля формування та впровадження перспективної стратегії дуже важливе формування стратегічних знань в системі управління підприємством.

Необхідність розвитку системи стратегічних знань у системі управління підприємством обумовлена розумінням підприємства, як відкритої системи, яка активно взаємодіє та є час-

тиною зовнішнього середовища. Це спрямовує зусилля побудови стратегічних знань у процесі управління таким чином, щоб забезпечити найбільш раціональне використання ресурсів для досягнення цілей діяльності підприємства, тобто найвищого результату його функціонування.

Сучасним інструментом формування стратегічних знань в умовах змін у зовнішньому середовищі і пов'язаній з цим невизначеності є методологія стратегічного управління.

Стратегічні знання – це сукупність заходів, спрямованих на покращення балансу, заснованих на знаннях ресурсів і здібностей (компетенцій), необхідних для виробництва продуктів або послуг, здатних стати основою конкурентних переваг підприємства [1].

Зазвичай компанії, які планують свою стратегію, швидше досягають успіху. Сучасний ринок вимагає від керівників підприємств уміння передбачати та знаходити варіанти стратегічного курсу розвитку підприємств. У стратегічному управлінні виділяються два глобальних взаємозв'язаних управлінських процесу: формування стратегії і її реалізація.

Інструментами формування стратегії та стратегічних знань, які є основою стратегічного управління, сьогодні є стратегічне планування, бенчмаркінг, визначення місії та бачення, управління відносинами із споживачами та аутсорсинг.

Бенчмаркінг – це техніка, спрямована на поліпшення бізнесу або товару. Суть бенчмаркінгу полягає в тому, що береться процес, який організований набагато краще, ніж у вашій компанії, проводиться його аналіз, потім робиться порівняння, після якого покращення, що підходять для вашого бізнесу, впроваджуються в нього [2].

Аутсорсинг – передача компанією частини її завдань або процесів стороннім виконавцям на умовах субпідряду (часткового виконання робіт). Це угода, за якою робота виконується людьми з зовнішньої компанії, які зазвичай є також експертами у цьому виді робіт [3].

Так, найбільш ефективними інструментами, із задоволеністю на рівні є стратегічне планування, сегментування споживачів та визначення місії і бачення бізнесу. Така ефективність може бути пов'язана із застосуванням того або іншого методу та його правильного вибору.

Дуже важливим аспектом у формування стратегічних знань виступає школа стратегічного планування. Школа стратегічного планування – класична в теорії стратегічного управління. Її представниками сформовано цілий комплекс підходів та концепцій, які дозволяють ефективно управляти розвитком, створювати та підтримувати стійкі конкурентні переваги. Найвищі результати умілого планування спостерігаються на нединамічних ринках, де найважливіші зміни можуть бути передбачені заздалегідь, рівень конкуренції стабільний, а управлінський процес здійснюється на засадах централізації [4].

Список використаних інформаційних джерел

1. Стратегічне управління знаннями підприємства [Електронний ресурс]. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/32607039.pdf>
2. Що таке бенчмаркінг? [Електронний ресурс]. URL: <https://staff-capital.com/scho-take-benchmarking/>
3. Аутсорсинг [Електронний ресурс]. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Аутсорсинг>.
4. Порожняк О. О. Інструментарій формування фінансової стратегії підприємства / О.О. Порожняк // Зб. наук. пр. Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. – Черкаси : ЧДТУ, 2014. – Вип. 36, ч. III. – С. 89 – 95.

Наукове видання

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ РОЗВИТКУ НАУКИ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ У ХХІ СТОЛІТТІ

ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ

XLIV Міжнародної наукової студентської конференції за
підсумками науково-дослідних робіт студентів за 2020 рік

(м. Полтава, 30–31 березня 2021 року)

Частина 1

Головна редакторка *М. П. Гречук*
Дизайн обкладинки *Т. А. Маслак*
Комп'ютерне верстання *О. С. Корніліч*

Формат 60x84/16. Ум. друк. арк. 23,3.
Тираж 50 пр. Зам. № 188/1922.

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.