

ЗБІРНИК НАУКОВИХ СТАТЕЙ МАГІСТРІВ

Частина 2



**Полтава
2021**

**Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»
(ПУЕТ)**

ЗБІРНИК НАУКОВИХ СТАТЕЙ МАГІСТРІВ

Частина 2

**Полтава
ПУЕТ
2021**

УДК 339.1+640+664+37+657+005+004+80(062.552)
3-41

Друкується відповідно до Наказу по університету № 140-Н від 25 серпня 2021 р.

Редакційна колегія:

Головний редактор – **О. О. Нестуля**, д. і. н., професор, ректор Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі» (ПУЕТ).

Заступник головного редактора – **О. В. Манжура**, д. е. н., доцент, проректор з науково-педагогічної роботи ПУЕТ.

Відповідальний секретар – **Н. М. Бобух**, д. філол. н., професор, завідувач кафедри української, іноземних мов та перекладу ПУЕТ.

Відповідальний редактор:

А. С. Ткаченко, к. т. н., директор Навчально-наукового інституту денної освіти ПУЕТ.

Члени редакційної колегії:

Л. М. Шимановська-Діаніч, д. е. н., професор, завідувач кафедри менеджменту ПУЕТ;

Т. В. Онішко, д. і. н., професор, завідувач сектору документознавства та інформаційної діяльності в економічних системах кафедри менеджменту ПУЕТ;

Л. С. Франко, ст. викладач, завідувач кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин ПУЕТ;

М. Є. Розоза, д. е. н., професор, завідувач кафедри економічної кібернетики, бізнес-економіки та інформаційних систем ПУЕТ;

Т. А. Костишина, д. е. н., професор, завідувач кафедри управління персоналом, економіки праці та економічної теорії ПУЕТ;

Г. В. Лаврик, д. ю. н., професор, завідувач кафедри правознавства ПУЕТ;

Н. М. Бобух, д. філол. н., професор, завідувач кафедри української, іноземних мов та перекладу ПУЕТ;

О. В. Ольховська, к. ф.-м. н., завідувач кафедри комп'ютерних наук та інформаційних технологій ПУЕТ;

О. В. Яріш, к. е. н., доцент, завідувач кафедри фінансів та банківської справи ПУЕТ;

А. І. Мілька, к. е. н., доцент, завідувач кафедри бухгалтерського обліку і аудиту ПУЕТ;

Н. В. Карпенко, д. е. н., професор, завідувач кафедри маркетингу ПУЕТ;

Г. О. Бірта, д. с.-г. н., професор, завідувач кафедри товарознавства, біотехнології, експертизи та митної справи ПУЕТ;

Г. П. Хомич, д. т. н., професор, завідувач кафедри технологій харчових виробництв і ресторанного господарства ПУЕТ;

Т. В. Капліна, д. т. н., професор, завідувач кафедри готельно-ресторанної та курортної справи ПУЕТ;

Г. П. Скляр, д. е. н., професор, завідувач кафедри туристичного та готельного бізнесу ПУЕТ;

І. М. Петренко, д. і. н., професор, завідувач кафедри педагогіки та суспільних наук ПУЕТ.

Збірник наукових статей магістрів. Навчально-науковий
3-41 інститут денної освіти : у 2 ч. – Полтава : ПУЕТ, 2021. – Ч. 2. –
310 с.

ISBN 978-966-184-417-8

У збірнику представлено результати наукових досліджень магістрів спеціальностей: Підприємництво, торгівля та біржова діяльність; Готельно-ресторанна справа; Харчові технології; Освітні педагогічні науки; Облік і оподаткування; Менеджмент; Інформаційна, бібліотечна та архівна справа; Публічне управління та адміністрування; Комп'ютерні науки; Філологія; Фінанси, банківська справа та страхування; Економіка; Підприємництво, торгівля та біржова діяльність; «Товарознавство та експертиза в митній справі»; Маркетинг.

УДК 339.1+640+664+37+657+005+004+80(062.552)

Матеріали друкуються в авторській редакції мовами оригіналів.

За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідальні автори.

Розповсюдження та тиражування без офіційного дозволу ПУЕТ заборонено

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

ISBN 978-966-184-417-8

ЗМІСТ

Частина 1

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ

Освітня програма «Товарознавство та експертиза в митній справі»

Олійник Ю. С., Кириченко О. В. Екологічні
аспекти виготовлення новітніх штучних волокон..... 14

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СПРАВА

Освітня програма «Готельно-ресторанна справа»

Бут С. О., Капліна Т. В. Інноваційна
стратегія підприємств готельного і ресторанного
господарства – шлях до ефективного розвитку 18

Гаращенко Б. В., Столярчук В. М. Сучасний
стан готельного господарства Полтавської області 23

Гордієнко Д. О., Капліна А. С. Підвищення ефективності
функціонування підприємств готельного господарства 28

Горішній І. О., Капліна Т. В. Інтернет-маркетинг
як засіб просування послуг підприємств
готельно-ресторанного бізнесу 33

Грицаєнко А. І., Капліна Т. В. Тренінгові програми
як засіб підвищення продуктивності персоналу
готельних підприємств..... 39

Zhezherya A. I., Volodko O. V. Promising innovative
technologies for implementation in hotel
«Guest house» Kharkiv 46

Крамєренко В. С., Карпенко В. Д. Розробка та
впровадження стандартів обслуговування для
закладу ресторанного господарства при готелі 50

Корнієнко О. А., Миронов Д. А. Сучасні комп'ютерні
технології в організації роботи засобів розміщення 53

<i>Махрова С. С., Капліна Т. В.</i> Удосконалення діяльності готелю butik-готель «Mirax Boutique Hotel» у м. Харків за рахунок інновацій.....	57
<i>Мельник С. Д., Капліна Т. В.</i> Кав'ярня як потенційний конкурент на ринку ресторанного господарства.....	63
<i>Моцакова А. П., Капліна А. С.</i> Упровадження маркетингових стратегій готельних послуг на підприємствах готельного господарства.....	67
<i>Садовська Д. Ю., Капліна Т. В.</i> Розвиток висококомфортних готелів категорії «****»	73
<i>Ситник Г. С., Капліна Т. В.</i> Інноваційний розвиток – основа конкурентоспроможності підприємств готельного господарства.....	78
<i>Тищенко А. С., Капліна Т. В.</i> Удосконалення діяльності готелю «Аристократ» у м. Полтава за рахунок інновацій.....	83
<i>Чемеренкова М. Д., Рогова Н. В.,</i> Якість обслуговування в ресторанах України	88
<i>Шанран І. А., Капліна Т. В.</i> Оптимізація системи надання послуг закладами ресторанного господарства Сумського регіону.....	92

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ ХАРЧОВІ ТЕХНОЛОГІЇ

Освітня програма «Технології в ресторанному господарстві»

<i>Бугай А. В., Дяченко А. Р., Горючкіна В. О., Котляр М. С., Хомич Г. П.</i> Використання добавок фруктові сировини в технології харчових продуктів.....	97
<i>Скрипник А. В., Ричкін О. І., Тюрікова І. С.</i> Дослідження плодових і ягідних купажів для технології десертів.....	104

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ ОСВІТНІ, ПЕДАГОГІЧНІ НАУКИ

Освітня програма «Педагогіка вищої школи»

<i>Балковий В. Г., Кононец Н. В.</i> Особливості сучасного покоління учнів і студентів в умовах розвитку цифрового суспільства.....	109
---	-----

Богдан Я. С., Кононец Н. В. Формування ключових компетентностей майбутніх фахівців готельно-ресторанної справи як педагогічна проблема	119
Бондар С. П., Усанов І. В. Сучасні інноваційні підходи в навчальному процесі.....	124
Бондаренко В. С., Тодорова І. С. Особливості соціалізації студентів в умовах дистанційного навчання	129
Бузила М. М., Усанов І. В. Формування педагогічної свідомості майбутніх викладачів закладів вищої освіти	134
Бутенко К. А., Усанов І. В. Полікультурна освіта в сучасному вітчизняному педагогічному дискурсі.....	139
Варі Н. П., Тодорова І. С. Сучасні інноваційні технології та їх використання в навчальній діяльності	144
Веремійчик А. А., Усанов І. В. Конструктивні функції конфлікту	152
Воскобойник А. В., Кононец Н. В. Організаційно-методичні умови управління діловими комунікаціями в колективі в межах інноваційної діяльності закладу вищої освіти	157
Гриценко В. С., Кононец Н. В. Аналіз досвіду формування комунікативної компетентності у майбутніх фахівців готельного бізнесу	163
Гроза В. А., Усанов І. В. Проектна діяльність як педагогічна умова формування проектної компетентності майбутніх фахівців з інформаційної, бібліотечної та архівної справи	167
Денисенко В. В., Усанов І. В. Інформаційне середовище як фактор змін університетської освіти.....	171
Деркач А. Г., Усанов І. В. Музейна педагогіка в практиці сучасного закладу вищої освіти	178
Ємець В. Т., Шара С. О. Застосування інтерактивних технологій навчання (на прикладі викладання харчових технологій для студентів напрямку «Професійна освіта»).....	184

Журавель М. В., Тодорова І. С. Формування професійної компетентності майбутнього фахівця через проєктну діяльність.....	190
Заліський А. С., Петренко І. М. Формування в магістрів професійного інтересу до управлінської діяльності	195
Коваль П. В., Тодорова І. С. Етапи реалізації ресурсно-орієнтованого підходу як засобу оптимізації процесу формування професійної компетентності майбутніх фахівців з економічної кібернетики	200
Куроп'ятник К. О., Кононець Н. В. Модель методичної системи формування цифрової компетентності майбутніх викладачів дисциплін комп'ютерного циклу в процесі вивчення основ програмування.....	206
Лещенко І. В., Усанов І. В. Міжнаціональна толерантність як філософське і психолого-педагогічне поняття	211
Лисяк В. Ю., Петренко І. М. Методологічні аспекти дослідження проблеми управління навчально-творчою діяльністю студентів	217
Макаревич Р. В., Петренко І. М. Безпека людини в умовах запровадження високоефективних технологій інтенсивного навчання	223
Маньковська Д. А., Кононець Н. В. Емоції та почуття в освітній теорії та практиці.....	228
Мельник В. С., Петренко І. М. Дидактична модель реалізації проєктного підходу до організації науково-дослідницької діяльності студентів у вищій школі.....	235
Миколаєнко В. І., Нестуля С. І. Структурні компоненти готовності майбутніх фахівців з туризму до професійної діяльності	241
Митрофанов О. А., Тодорова І. С. Педагогічні принципи формування пізнавальної діяльності студентів економічних університетів	245

Миць Я. В., Петренко І. М. Попередження та вирішення конфліктів у діяльності керівників закладів вищої освіти	250
Могила С. Є., Тодорова І. С. Педагогічні умови формування здатності до самооцінювання навчальної діяльності майбутнього викладача вищої школи в процесі магістерської підготовки	255
Молодецький К. В., Петренко І. М. Професійна компетентність майбутніх інженерів хімічного профілю в закладах вищої освіти.....	262
Палаженко В. В., Шара С. О. Організація науково-дослідної роботи студентів.....	267
Панько Р. В., Петренко С. М. Система виховної роботи в закладах вищої освіти	272
Почтар І. Д., Нестуля С. І. Наукові підходи до формування медіакультури майбутніх викладачів вищої школи в процесі магістерської підготовки	278
Пух В. М., Петренко І. М. Становлення цінностей в освітньому процесі	284
Ропавка А. В., Кононец Н. В. Поняття педагогічної культури магістрантів освітньої програми «Педагогіка вищої школи»	291
Рудаков С. С., Кононец Н. В. Удосконалення професійної підготовки фахівців готельно-ресторанного господарства в закладах вищої освіти	296
Старолат В. С., Тодорова І. С. Ігрові технології в освітньому просторі університету	301
Ступар А. В., Усанов І. В. Критерії сформованості професійної компетентності майбутніх юристів у системі фахової передвищої освіти	308
Тоноян Д. Г., Кононец Н. В. Використання інформаційно-комунікаційних технологій у процесі підготовки фахівців економічного профілю	312

Федоренко Р. Ю., Шара С. О. Професійна толерантність як інтегративна характеристика професійної діяльності майбутніх викладачів вищої школи	317
Шульга І. І., Усанов І. В. Кіберпедагогіка: до постановки проблеми	323
Якубенко Т. М., Шара С. О. Критерії формування професійної компетентності майбутніх кухарів і офіціантів у професійно-технічних навчальних закладах.....	328

Частина 2

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ ОБЛІК І ОПОДАТКУВАННЯ

Освітня програма «Облік і аудит»

Горбенко К. О., Прохар Н. В. Особливості формування облікової системи малих підприємств.....	14
Лисенко Т. А., Карпенко О. В. Обліково-аналітичне забезпечення управління економічною безпекою сільськогосподарського підприємства	19
Мороз Л. А., Мілька А. І. Облік, аналіз і аудит як інформаційна база системи управління грошовими коштами підприємства.....	24
Росточило І. С., Мілька А. І. Організаційні аспекти здійснення економічного аналізу операцій з інвестиційною нерухомістю акціонерних товариств	34

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ МЕНЕДЖМЕНТ

Освітня програма «Бізнес-адміністрування»

Mensah Euraesi, Lina Johnson (Osun), Bondar-Pidgurska O. V. Features of functioning of corporate governance system in Nigeria	42
--	----

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ ІНФОРМАЦІЙНА, БІБЛІОТЕЧНА ТА АРХІВНА СПРАВА

Освітня програма «Документознавство та інформаційна діяльність»

Передерій І. Г., Онінко Т. В. Інноваційні інформаційні
та комунікаційні технології у сучасному музейництві 48

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ

Освітня програма «Публічне адміністрування»

Гриценко А. Г. Теоретичні підходи до
розуміння очищення влади (люстрації) 54

Процедімова А. М. Загальна характеристика
запобігання та протидії корупції як напрям
стратегічної діяльності при наданні освітніх послуг 61

Роман Л. В. Теоретичні підходи до розуміння
професійної етики публічних службовців 66

Тесля Ю. А., Баранов А. П. Міжнародне правопорушення
як підстава відповідальності при здійсненні
міжнародної публічної діяльності: поняття та види 74

Юрченко Р. Ю., Кульчий О. О. Концептуальні засади
електронного урядування та електронної демократії 83

Явдоченко А. Г., Лаврик Г. В. Межі судового
контролю за реалізацією дискреційних
повноважень органу публічної влади 86

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ КОМП'ЮТЕРНІ НАУКИ

Освітня програма «Комп'ютерні науки»

Алексов С. В., Парфьонова Т. О. Створення
програмного забезпечення тренажера «Метод резолюцій»
дистанційного курсу «Математична логіка» 91

Гальчун А. М., Колєчкіна Л. М. Алгоритмізація та програмування елементів навчального тренажера побудови математичної моделі задачі вибору шляхів оптимізації добових обсягів виробництва деталей	96
Дядечко М. В., Колєчкіна Л. М. Оптимізація виробництва кабелю: алгоритмізація та програмування тренажера для побудови математичної моделі.....	100
Заможський О. О., Колєчкіна Л. М. Оптимізація розміщення культур: програмна реалізація тренажера (моделювання) дистанційного курсу «Проектне навчання з курсу «Методи оптимізації та дослідження операцій».....	102
Купченко О. В., Черненко О. О. Створення тренажера з теми «Коди із виправленням помилок» дистанційного навчального курсу «Теорія інформації і кодування».....	106
Мельницький Я. В., Черненко О. О. Алгоритмізація та програмування тренажера «Комплексні числа» дистанційного навчального курсу «Алгебра та геометрія. частина 2»	111
Михайловський Р. М., Черненко О. О. Тренажер з теми «елементи векторної алгебри» дистанційного навчального курсу «Алгебра та геометрія. Частина 1»	115
Мороз А. В., Колєчкіна Л. М. Оптимізація плану виробництва: програмна реалізація тренажера для дистанційного курсу «Проектне навчання з курсу «Методи оптимізації та дослідження операцій»»	118
Рзаев Э. Ф., Парфёнова Т. А. Разработка программного обеспечения на тему «Кодирование текстов шифрами цезаря и трисемиуса»	122
Сіам К. А., Черненко О. О. Програмне забезпечення для тренажера з теми «Визначники» дистанційного навчального курсу «Алгебра та геометрія. Частина 1»	124
Фесенко Д. І., Олексійчук Ю. Ф. Програмний комплекс для виконання та оцінювання завдань з теми «Аналіз алгоритму сортування злиттям» дисципліни «Аналіз алгоритмів»	128

Цехмейстер В.О., Колєчкаїна Л. М. Створення програмного забезпечення тренажера «Максималізація прибутку кондитерської фабрики: алгоритмізація та програмування елементів тренажера з побудови математичної моделі» 133

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ ФІЛОЛОГІЯ

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

Бутаєва К. Т., Сухачова Н. С.
Особливості художнього тексту 138

Вишневська А. Р., Опанасенко В. В.
Особливості перекладу англomовних термінологічних неологізмів у комунікаційній сфері 144

Дашко К., Сухачова Н. С. Переклад сучасних поетичних творів українською мовою (на матеріалі англomовної поезії Х. Морт, О. Вонга та А. Горман)..... 149

Ільченко А. П., Іщенко В. Л. Загальна характеристика та лексико-семантичні особливості заголовків англomовних газет 155

Карпинська А. О., Іщенко В. Л. Особливості тексту інтернет-реклами у сфері туризму (структурний, семантичний та перекладацький аспекти) 161

Картіна І. Ю., Сухачова Н. С. Автоматизовані системи перекладу як програмний додаток для оптимізації процесу перекладу 166

Кісіль В. М., Іщенко В. Л. Структурно-семантичні характеристики економічних термінів та особливості їх перекладу українською мовою на матеріалах журналу «The Economist»..... 170

Клімова О. М., Сухачова Н.С. Мовні засоби експресивності англomовного публіцистичного дискурсу в соціокультурологічному феномені сучасного комунікативного простору: перекладацький аспект 175

<i>Колісник Т. О., Іщенко В. Л.</i>	
Особливості структури та семантики термінологічних одиниць сфери економіки.....	181
<i>Кульчій О. О., Сухачова Н. С.</i>	
Лексико-семантичні особливості англомовних юридичних термінів та проблеми їх перекладу українською мовою.....	185
<i>Лещенко І. С., Сухачова Н. С.</i>	
Вербалізація концепту <i>Gender</i> у сучасній англійській мові.....	191
<i>Нестеренко К. М., Іщенко В. Л.</i>	
Лексико-граматичні особливості перекладу контрактів і договорів	197
<i>Тимошенко О. В., Іщенко В. Л.</i>	
Особливості утворення нової лексики в соціальних мережах та смс-повідомленнях....	202
<i>Трегуб В. В., Іщенко В. Л.</i>	
Структурно-семантичні особливості англійських економічних термінів	207
<i>Тур О. М., Сухачова Н. С.</i>	
Засоби відтворення в українській мові абревіатур англомовних текстів публіцистичного стилю	212
<i>Фурса І. В., Сухачова Н. С.</i>	
Особливості перекладу каталогів продукції (на матеріалі англомовних каталогів кондитерських виробів)	217
<i>Бегма А. Є., Опанасенко В. В.</i>	
Лексико-семантичні перекладацькі трансформації як засіб відтворення мовних інновацій у перекладі	221

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ ФІНАНСИ, БАНКІВСЬКА СПРАВА ТА СТРАХУВАННЯ

Освітня програма «Фінанси, банківська справа та страхування»

<i>Гапон Т. О., Соколова А. М.</i>	
Сучасний стан страхового ринку України та основні тенденції його розвитку в умовах цифровізації	228
<i>Дудка Б. О., Гудзь Т. П.</i>	
Характеристика факторів впливу на фінансову стратегію компанії.....	234
<i>Захарченко К. Р., Педченко Н. С.</i>	
Наукові підходи до трактування поняття «результативність діяльності підприємства».....	239

Кравчук Л. П., Захарченко К. Р., Педченко Н. С. Побудова кореляційно-регресійної моделі дослідження фінансової безпеки ТОВ «Пирятинський сирзавод»	246
Лиза Т. В., Оліпінська М. А., Педченко Н. С. Оптимізація структури капіталу підприємства як умова забезпечення його фінансової конкурентоспроможності	252
Пасуля Л. П., Тимошенко О. В. Розвиток місцевих бюджетів в умовах фінансової децентралізації	257
Пиріг Д. В., Прасолова С. П. Удосконалення підходів до формування механізму управління прибутком підприємства.....	262
Починок М. О., Свіловський В. М., Гасій О. В. Роль ринку банківського кредитування суб'єктів підприємництва в економіці	267
Фесенко С. С., Сидоренко-Мельник Г. М. Виклики антикризового фінансового менеджменту підприємства та його адаптація до умов пандемії.....	272

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ ЕКОНОМІКА

Освітня програма «Управління персоналом та економіка праці»

Задорожня А. С., Тужилкіна О. В. Удосконалення системи мотивації персоналу як складової соціально-трудових відносин	278
Кашуба О. А., Степанова Л. В. Формування кадрової безпеки на підприємстві в сучасних умовах	282
Пронько Я. М., Тужилкіна О. В. Мотиваційна політика як чинник підвищення HR-іміджу підприємства	286

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ МАРКЕТИНГ

Освітня програма «Маркетинг

Бедюх Ю. О., Карпенко Н. В. Маркетингові інструменти нарощування конкурентоспроможності підприємства	291
Муравйов Д. І., Карпеко Н. В. Особливості розвитку рекламного ринку України	298
Полєва Я. В., Іваннікова М. М. Сучасні інструменти цифрового маркетингу	303

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ ОБЛІК І ОПОДАТКУВАННЯ

Освітня програма «Облік і аудит»

УДК [338.22-022.51]:657

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ОБЛІКОВОЇ СИСТЕМИ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ

К. О. Горбенко, магістрант спеціальності Облік і оподаткування

Н. В. Прохар, к. е. н., доцент – науковий керівник

Анотація. У статті систематизовано альтернативні підходи до формування облікової системи на малих підприємствах. Визначено обов'язковою нормою чинного законодавства порядок формування та подання фінансової звітності малими підприємствами у встановленому форматі та у визначені терміни, інші елементи формування облікової системи визнані як рекомендовані на рівні держави. Систематизовано переваги й недоліки загальної та спрощеної систем оподаткування для малих підприємств.

Ключові слова: мале підприємство, мікропідприємство, облікова система, загальна система оподаткування, спрощена система оподаткування.

Abstract. The article systematizes alternative approaches to the formation of the accounting system in small enterprises. The order of formation and submission of financial statements by small enterprises in the established format and in certain terms is determined by the obligatory norm of the current legislation, other elements of formation of the accounting system are recognized as recommended at the state level. The advantages and disadvantages of general and simplified taxation systems for small enterprises are systematized.

Keywords: small enterprise, microenterprise, accounting system, general taxation system, simplified taxation system.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими та практичними завданнями. Реформування бухгалтерського обліку суб'єктів малого підприєм-

ництва з метою спрощення застосування ними Плану рахунків, порядку відображення господарських операцій в обліку, узагальнення показників діяльності у звітності та застосування альтернативних систем оподаткування призвели до необхідності теоретичного обґрунтування та науково-прикладної розробки підходів до формування облікової системи таких підприємств. Актуальність дослідження зростає у зв'язку з орієнтацією вітчизняної системи бухгалтерського обліку на міжнародні стандарти бухгалтерського обліку та фінансової звітності.

Аналіз основних досліджень і публікацій, у яких започатковано розв'язання даної проблеми, яким присвячується означена стаття. Теоретичні й практичні аспекти формування облікової системи малих підприємств досліджені в працях вітчизняних науковців, серед яких Н. Бузак, П. Буряк, З. Варналій, Ю. Верига, С. Голов, П. Дончук, Б. Засадний, М. Кобзева, О. Мазіна, Н. Малюга, М. Огійчук та інших, однак потребують подальшого вдосконалення.

Формулювання мети (постановка завдання). Метою статті є узагальнення та систематизація підходів до формування облікової системи малих підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Законом України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16.07.1999 р. до мікропідприємств віднесено підприємства, показники яких на дату складання річної фінансової звітності відповідають щонайменше 2 із таких критеріїв: балансова вартість активів – до 350 тисяч євро; чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) – до 700 тисяч євро; середня кількість працівників – до 10 осіб. У свою чергу, малими є підприємства, які не відповідають критеріям для мікропідприємств та показники яких на дату складання річної фінансової звітності відповідають щонайменше 2 із таких критеріїв: балансова вартість активів – до 4 мільйонів євро; чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) – до 8 мільйонів євро; середня кількість працівників – до 50 осіб [2].

Дослідження положень чинних нормативно-правових актів та економічної літератури свідчить про наступні особливості бухгалтерського обліку, що визначають порядок формування облікової системи малих підприємств:

- вибір форми організації бухгалтерського обліку (введення до штату підприємства посади бухгалтера або створення бухгалтерської служби, користування послугами спеціаліста з бухгалтерського обліку, ведення на договірних засадах бухгалтерського обліку централізованою бухгалтерією, самостійне ведення бухгалтерського обліку і складання звітності безпосередньо власником або керівником підприємства);
- використання звичайного або спрощеного Плану рахунків бухгалтерського обліку;
- застосування звичайних або спрощених форм бухгалтерського обліку через незначну кількість здійснюваних підприємствами операцій;
- ведення обліку витрат на рахунках 8 класу «Витрати за елементами» або 9 класу «Витрати діяльності»;
- звільнення від розрахунку відстрочених податкових активів і відстрочених податкових зобов'язань;
- складання фінансової звітності малого підприємства або мікропідприємства;
- вибір системи оподаткування для підприємства.

Альтернативність вибору форми організації обліку залежить від фінансових можливостей малого підприємства та масштабів його діяльності й визначається власником підприємства.

Спрощений План рахунків можуть застосовувати юридичні особи – мікропідприємства та малі підприємства, незалежно від форм власності, організаційно-правових форм і видів діяльності у разі складання ними фінансової звітності відповідно до П(С)БО 25 «Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва» [3].

Характерними особливостями спрощеного Плану рахунків є наступні:

- кількість рахунків значно скорочена;
- рахунки призначені для обліку однотипних груп об'єктів;

- для обліку витрат використовуються рахунки 9 класу;
- назви деяких рахунків змінені;
- не використовується рахунок 28 «Товари»;
- відсутні рахунки 17 «Відстрочені податкові активи», 49 «Страхові резерви» та 54 «Відстрочені податкові зобов'язання».

Скорочення кількості рахунків пов'язане з тим, що на рахунках обліковується інформація про однотипні об'єкти обліку, однак з метою забезпечення необхідної деталізації та аналітичності обліково-економічної інформації малі підприємства можуть використовувати звичайний План рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій, виходячи з потреб управління підприємством.

Ведення обліку на малих підприємствах можливе з використанням існуючих форм бухгалтерського обліку, однак у зв'язку з веденням обліку більшістю малих підприємств у спеціалізованих бухгалтерських програмах, необхідність такого вибору нівелюється.

Аналогічно вибір варіанту ведення обліку витрат визначається можливостями бухгалтерської програми, якою також передбачене звільнення від обчислення відстрочених податкових активів і відстрочених податкових зобов'язань.

Однак, форми фінансової звітності малого підприємства повинні складатися тільки тими підприємствами, які визначені малими відповідно до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні», крім тих, яким відповідно до податкового законодавства надано дозвіл на ведення спрощеного обліку доходів та витрат; форми звітності мікропідприємства – тими підприємствами, які є мікропідприємствами та ведуть спрощений бухгалтерський облік доходів та витрат [2].

Спрощена система оподаткування, обліку та звітності передбачає особливий механізм справляння податків і зборів, що встановлює заміну сплати окремих податків і зборів, на сплату єдиного податку [1], з одночасним веденням спрощеного обліку та складання простої або спрощеної звітності.

Загальна система оподаткування, обліку та звітності має складну систему ведення бізнесу з точки зору обліку та звітності. Вона дозволяє займатися будь-яким видом діяльності та немає інших обмежень, що притаманні спрощеній системі оподаткування. Загальна система оподаткування включає сукупність податків і зборів, що нараховуються та сплачуються до бюджету у встановленому порядку. Наукові дослідження підтверджують як переваги, так і недоліки зазначених систем оподаткування (табл. 1).

Таблиця 1 – Переваги та недоліки систем оподаткування малих підприємств

Система оподаткування	Переваги	Недоліки
Загальна	Відсутність обмежень у видах діяльності та обсягу доходу і кількості працівників; ширша можливість планування та оптимізації оподаткування; розмір сплаченого податку на прибуток прямо залежить від обсягу прибутку за звітний період	Складність адміністрування (суворі вимоги до ведення обліку та складання звітності); високе податкове навантаження, тощо
Спрощена	Простота нарахування єдиного податку; спрощене ведення обліку і відносна простота заповнення звітності; звільнення від сплати платником єдиного податку низки податків і обов'язкових платежів; витрати на оплату товарів чи послуг платників єдиного податку – юридичних осіб можуть бути віднесені контрагентами-платниками податку на прибуток на витрати	Базою оподаткування є грошове вираження виручки від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), без вирахування витрат підприємства

Висновки за результатами дослідження і перспективи подальших розвідок. Проведене дослідження дало змогу виокремити чинники, які впливають на формування облікової

системи малих підприємств. Вони визначають деталізацію об'єктів обліку, спрощення окремих облікових процедур, зміст показників фінансової звітності та розмір податкового навантаження. Нормативні документи щодо організації обліку, що впливають на зміст облікової системи малих підприємств потребують певного впорядкування як щодо термінології, так і щодо сутності відповідного спрощення облікових процедур.

Список використаних джерел

1. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI [Електронний ресурс]. – URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2755-17/paran256#n256>. – Назва з екрана.
2. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні [Електронний ресурс] : Закон України від 16.07.1999 р. № 996-XIV. – URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/996-14>. – Назва з екрана.
3. Про затвердження Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 25 «Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва» [Електронний ресурс] : Наказ Міністерства фінансів від 25.02.2000 р. № 39. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0161-00>. – Назва з екрана.

УДК 658:65.012.8

ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА

Т. А. Лисенко, магістрант спеціальності Облік і оподаткування

О. В. Карпенко, к. е. н., професор – науковий керівник

Анотація. У статті обґрунтовано необхідність формування обліково-аналітичного забезпечення для управління економічною безпекою ПСП «Дружба».

Ключові слова: економічна безпека, обліково-аналітичне забезпечення, SWOT-аналіз.

Abstract. The article substantiates the need for the formation of accounting and analytical support for the management of economic security of PSP “Druzhba”.

Key words: economic security, accounting and analytical support, SWOT-analysis.

Постановка проблеми. Сучасному етапу розвитку сільсько-господарських підприємств притаманне зростання нестабільності та невизначеності, що зумовлює погіршення умов господарської діяльності та можливість втрати стійкості. В таких умовах необхідно прикладати більше зусиль для формування ефективної системи захисту підприємств від впливу негативних зовнішніх та внутрішніх чинників, які несуть загрози та ризики. Все актуальнішим стає забезпечення економічної безпеки підприємства та поліпшення інформаційної бази для управління.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Дослідженням обліково-аналітичного забезпечення економічної безпеки сільськогосподарських підприємств займалися Штангрет А. М., Утенкова К. О., Дерій Е. І., Гнилицька Л. В., Василюшин С. І., Караїм М. М., Губарик О. М., Данілова О. А. та інші. Віддаючи належне науковим здобуткам зазначених вчених, зазначимо, що не вирішеними питаннями залишається удосконалення обліково-аналітичного забезпечення для малих сільськогосподарських підприємств.

Формулювання мети. Метою дослідження є визначення напрямів удосконалення обліково-аналітичного забезпечення економічної безпеки ПСП «Дружба».

Виклад основного матеріалу дослідження. Визначенню поняття економічна безпека присвячена значна кількість публікацій, монографій та дисертаційних досліджень визнаних та молодих науковців. Дослідники зауважують, що впровадження ефективного механізму економічної безпеки дозволить підприємству управляти не лише тими загрозами, які відомі заздалегідь, а вчасно реагувати на виклики сьогодення та своєчасно виявляти фактори активізації загроз [5].

Проаналізувавши існуючі трактування економічної безпеки [1–5] можемо виявити однозначність розуміння цього поняття незалежно від рівня економічної безпеки та об'єкта її формування. Основними її критеріями визнано стійкість і стабільність, захист від загроз, захист інтересів, здатність до розвитку. Все це потребує активізації функцій управління.

Важливим інформаційним базисом процесу управління економічною безпекою підприємства є система бухгалтерського обліку.

Метою обліково-аналітичного забезпечення є створення поточної, тактичної та стратегічної інформації шляхом об'єднання облікових та аналітичних процедур.

Приватне сільськогосподарське підприємство «Дружба», яке займається вирощуванням зернових та бобових культур і насіння олійних культур, потребує інформації оперативного, статистичного, фінансового та управлінського обліку. Виробнича, фінансова, комерційна, довідкова інформація та інша інформація про стан та зміни внутрішнього та зовнішнього середовища для нього є складовою обліково-аналітичного забезпечення економічної безпеки. На досліджуваному підприємстві питаннями економічної безпеки займається власник на основі звітності бухгалтерії. Ним також використовуються всі доступні засоби масової комунікації, зокрема періодичні видання, інтернет, телебачення. Інформація шляхом конкурентної розвідки наразі не збирається.

Основними об'єктами економічної безпеки підприємства визнано основні засоби, запаси, фінансові ресурси, людські ресурси тощо. Разом з тим порогові значення показників, що характеризують рівень безпеки цих об'єктів не встановлені. Нами виявлено, що станом на 1.10.2021 р., у підприємства а в наявності основні засоби та запаси в кількості, потрібній для ефективного функціонування підприємства. Активи підприємства майже на 100 % сформовані за рахунок власного капіталу, що свідчить про незалежність від зовнішніх джерел фінансування та здатність до самофінансування.

Протягом трьох останніх років спостерігається ця позитивна тенденція до нарощування власного капіталу, що мінімізує ризики фінансових труднощів. Отриманий прибуток дозволяє розвиватися. Парк активної частини основних засобів оновлюється сучасною технікою. Співвідношення дебіторської та кредиторської заборгованості свідчить про те, що підприємство може майже вісім разів погасити наявну кредиторську забор-

гованість. Заробітну плату персоналу виплачують своєчасно, а колектив працює злагоджено завдяки підбору кадрів та системі управління.

Належно організований бухгалтерський облік на підприємстві дає змогу чітко встановлювати осіб, які причетні до збору інформації, порядок її обробки, строки надходження до бухгалтерії підприємства. Саме обґрунтування підходів до визначення елементів облікової політики дало можливість управляти фінансовим результатом підприємства. На ПСП «Дружба» застосовують чинні нормативно-правові акти, які регулюють фінансовий та податковий облік. Разом з тим, наразі не розроблено внутрішні регламенти організації обліку. На підприємстві, оскільки воно не є масштабним, не розмежовано підсистеми фінансового та управлінського обліку. При цьому основні методи фінансового обліку реалізуються у повній мірі. Мова йде про створення резерву відпусток, що особливо важливо для сезонних виробництв; здійснення контрольних процедур щодо наявних активів, дебіторської та кредиторської заборгованості, правильного застосування оцінки як елементу методу бухгалтерського обліку.

Управлінський облік як система на підприємстві не функціонує, але застосовуються деякі його елементи. Доцільним було б використовувати його методики для вирішення питань щодо вибору напрямів інвестування коштів, вибору ефективнішого бізнес-партнера, раціональнішого використання ресурсів, визначення запасу фінансової міцності тощо.

Як відомо, внутрішньогосподарська звітність є штучно створеною системою показників звітності, зокрема про стан об'єктів економічної безпеки. Нами розроблено макети управлінських звітів про витрати/доходи та звіту про фінансові результати у розрізі керівників центрів відповідальності та окремих сільськогосподарських культур. Вважаємо, що вони будуть корисними для управління економічною безпекою. Разом з тим, система показників, що характеризує економічну безпеку, може доповнюватися і головне своєчасно аналізуватися та використовуватися для прийняття упереджувальних заходів. Для підпри-

емства можливим є застосування таких методик управлінського обліку як моделювання витрат, використання маржинального та релевантного підходів при підготовці управлінської звітності, а також бюджетування.

Бюджетування допоможе підприємству в керуванні своєю діяльністю, оскільки за умови зменшення доходів необхідно мінімізувати ризики, застосувавши більш жорстку фінансову дисципліну [4].

Одним із методів стратегічного управлінського обліку для оцінки внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства є SWOT-аналіз. Встановлено, що загрозами, для досліджуваного підприємства є: нестабільність курсу гривні, поява нових конкурентів, невисока платоспроможність покупців, несприятливі погодні умови.

Сильними сторонами є висока якість продукції, кадрова політика та наявність власних сховищ для вирощеної продукції. Слабкими сторонами – сезонний характер надходжень основного грошового потоку та необхідність налагоджувати зв'язки з постачальниками та посередниками.

Використання інформації обліково-аналітичного характеру за окресленими напрямками дозволить своєчасно оцінювати рівень економічної безпеки та приймати відповідні управлінські рішення.

Висновки. Економічна безпека – складне економічне поняття. Його розуміння на рівні підприємства дає можливості формування показників, порогові значення яких інформують як про рівень економічної безпеки, так і про необхідність застосування заходів зведення до мінімуму загроз та використання наявних можливостей. Система обліково-аналітичного забезпечення підприємства завдяки дотриманню методик нормативно-правового регулювання обліку, методикам оцінювання, резервування, створення забезпечень, інвентаризації, використання маржинального та релевантного підходів при підготовці управлінської звітності про використання потенціалу, бюджетування тощо допомагає зводити ці ризики до мінімуму, адже забезпечує управлінський персонал інформацією для прийняття ефективних рішень.

Обліково-аналітичне забезпечення має стати основою розробки стратегії розвитку ПСП «Дружба».

Список використаних джерел

1. Гнилицька Л. Контроль та аналіз у бюджетуванні / Л. Гнилицька // Бухгалтерський облік і аудит. – 2009. – № 7. – С. 12–24.
2. Губарик О. М. Організація обліку як основа інформаційного забезпечення економічної безпеки підприємств [Електронний ресурс] / О. М. Губарик, О. А. Дилевої // Ефективна економіка. – 2017. – № 1. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5407>. – Назва з екрана.
3. Данілова Е. І. Концепція системного підходу до управління економічною безпекою підприємства : монографія / Е. І. Данілова. – Вінниця : Європейська наукова платформа, 2020. – 342 с.
4. Огійчук М. Ф. Бюджетування – одна із основних складових успіху при виробництві продукції птахівництва [Електронний ресурс] / М. Ф. Огійчук, С. О. Децюра. – Режим доступу: <http://magazine.faaf.org.ua/arhiv-publikaciy.html>. – Назва з екрана.
5. Утенкова К. О. Концептуальні засади обліково-аналітичного забезпечення управління механізмом економічної безпеки аграрного сектора / К. О. Утенкова // Агросвіт. – 2020. – № 16. – С. 32–41.

УДК 657:424

ОБЛІК, АНАЛІЗ І АУДИТ ЯК ІНФОРМАЦІЙНА БАЗА СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ГРОШОВИМИ КОШТАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Л. А. Мороз, магістр спеціальності *Облік і оподаткування освітня програма «Облік і аудит»*

А. І. Мілька, к. е. н., доцент – науковий керівник

Анотація. У статті досліджено особливості обліку, аналізу і аудиту як інформаційної бази системи управління грошовими коштами підприємства та надано власне бачення її сутності. Визначено основні показники, які формують інформацію про грошові потоки на підприємстві в межах кожної підсистеми.

Ключові слова: облік, аналіз, аудит, управління, грошові кошти, гроші.

Abstract. The article examines the features of accounting, analysis and audit as an information base of the cash management system of the enterprise and provides its own vision of its essence. The main indicators that form information about cash flows in the enterprise within each subsystem are identified

Key words: accounting, analysis, audit, management, cash, money.

Постановка проблеми. Ефективність управління діяльністю підприємства значною мірою залежить від якості його інформаційного забезпечення. Якісна, достовірна, своєчасна і зрозуміла інформація є запорукою прийняття оптимальних управлінських рішень, спрямованих на зменшення витрат фінансових ресурсів, зростання прибутку і ринкової вартості підприємства.

Тобто обов'язковою умовою створення ефективної системи управління грошовими коштами є наявність обліково-аналітичної інформації належної якості [1]. Разом з тим питання організації управління грошовими коштами на підприємствах України є малодослідженими. На підприємствах відсутня налагоджена інформаційна система, яка б забезпечувала фінансових менеджерів регулярною та достовірною інформацією про грошові кошти та їх потоки. Тому основним завданням інформаційного забезпечення управління грошовими коштами є обробка облікової інформації і пристосування її до вимог фінансового менеджменту, з метою використання для потреб аналізу, прогнозування, планування і контролю, та створення на цій основі дієвої інформаційної бази, яка б забезпечувала вимоги менеджерів вищого рівня.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Питаннями обліку, аналізу та аудиту грошових коштів займалися такі вчені як, як: Верига Ю. А., Бондар В. П., Височан О. А., Дорош Н. І., Карпенко Є. А., Петрик О. А., Плаксієнко В. Я., Рудницький В. С. та інші. Проте до сьогодні відсутні єдині підходи до визначення та складових інформаційна база системи управління грошовими коштами підприємства.

Постановка проблеми. Під системою інформаційного забезпечення управління грошовими коштами та їх потоками в

сучасній літературі розуміють функціональний комплекс, що забезпечує процес безперервного цілеспрямованого підбору відповідних інформаційних показників, необхідних для аналізу, планування та підготовки оперативних управлінських рішень за всіма аспектами їх формування на підприємстві [2, с. 61].

На нашу думку під інформаційна база системи управління грошовими коштами підприємства слід розуміти інформаційний комплекс взаємопов'язаних даних, отриманих із внутрішніх та зовнішніх джерел (зокрема даних обліку, аналізу, внутрішнього контролю та аудиту) про грошові кошти підприємства та його діяльність загалом, сукупність методів обробки отриманих даних, орієнтований на надання допомоги менеджменту в прийнятті управлінських рішень та досягненні цільових орієнтирів щодо забезпечення конкурентоспроможності підприємства на довгострокову перспективу за рахунок задоволення потреб споживачів.

Для формування інформації про грошові кошти важливе значення має інформаційна база, яка в повній мірі повинна забезпечувати користувачів вчасною, достовірною та якісною інформацією про грошові потоки.

Для прийняття правильних і виважених управлінських рішень структура інформаційної бази повинна бути побудована на достовірній, повній інформації, яку мають забезпечувати фінансовий, управлінський облік, аналіз, прогнозування, планування, аудит і зовнішні джерела інформації.

Структура системи управління грошовими потоками складається зі структурних елементів (підсистем), між якими існують чітко визначені тісні взаємозв'язки, взаємозалежність і взаємодія.

До системи управління грошовими потоками входять такі підсистеми: підсистема обліку; підсистема аналізу; підсистема прогнозування і планування; підсистема аудиту; підсистема зовнішніх джерел інформації.

Кожна з підсистем має свої функції і специфічні властивості у процесі життєдіяльності, з одного боку є «виробником» певної інформації, а з іншого – споживачем інформації.

Організація інформаційної бази для системи управління грошовими коштами полягає в переробці інформації підсистем обліку, аналізу, прогнозування, планування, аудиту і зовнішніх джерел інформації та визначенні основних показників, які продукуються цими підсистемами і будуть покладені в її основу (табл. 1).

Таблиця 3 – Основні показники системи управління грошовими коштами та їх потоками

Підсистема	Основні показники, які формують інформацію про грошові потоки підприємств
1. Підсистема обліку	Показники фінансового обліку; показники управлінського обліку
2. Підсистема аналізу	Показники обсягу грошових потоків; показники динаміки грошових потоків; показники структури грошових потоків; показники рівномірності грошових потоків; показники синхронності грошових потоків; показники збалансованості грошових потоків; показники ліквідності грошових потоків; оцінка факторів, що визначають стан грошових потоків; показники ефективності грошових потоків
4. Підсистема аудиту	Результати аудиту касових операцій; результати аудиту операцій на рахунках в банку; результати аудиту грошових документів і грошових коштів у дорозі; результати аудиту еквівалентів грошових коштів; результати аудиту фінансової звітності
5. Зовнішні джерела інформації	Нормативно-регулятивні документи; показники макроекономічного становища в країні; дані галузевого розвитку; господарсько-правові дані; дані про контрагентів підприємства (постачальники, покупці); дані про конкурентів підприємства; дані про стан матеріального ринку; дані про стан ринку капіталу; дані про стан фондового ринку; науково-технічна інформація

Підсистема обліку повинна забезпечувати систему управління показниками про стан і рух грошових коштів. До її складу входять показники фінансового і управлінського обліку.

Показники фінансового обліку відображаються в основних п'яти формах фінансової звітності. Інформація, яку містять ці форми, є щоквартальною або річною. Найбільшу цінність для проведення аналізу грошових потоків на підприємстві представляє Звіт про рух грошових коштів. До показників фінансового обліку відносять також дані синтетичного та аналітичного обліку, які містяться в регістрах обліку та відомостях до них і відображають рух на рахунках 30 «Каса», 31 «Рахунки в банках», 33 «Інші грошові кошти», 34 «Короткострокові векселі одержані», 35 «Поточні фінансові інвестиції», наведену в них інформацію можна використовуватися в будь-який проміжок часу.

Показники фінансового обліку формуються на основі положень (стандартів) обліку, які є затвердженими для загального використання, тому їм характерні єдині нормативи розрахунків, що зручно при проведенні аналізу і порівнянні з іншими підприємствами галузі.

Показники управлінського обліку відображають грошовий потік за сферою діяльності підприємства (операційна, інвестиційна, фінансова); по підприємству в цілому; за окремими структурними підрозділами підприємства (центрами відповідальності); за географічним розташуванням; окремими господарськими операціями; різними часовими інтервалами; обсягом і напрямом руху тощо. До переваг цієї групи показників можна віднести: регулярність формування, уніфікацію, високий рівень достовірності.

Підсистема обліку має надати аналітику повний обсяг даних для здійснення всебічного аналізу грошових потоків. Така інформація, має бути точною і вірогідною, не містити помилок. Підсистема обліку повинна надавати дані в такій формі, яка зведе до мінімуму їх попередню обробку аналітичними працівниками, дані повинні слугувати основою для здійснення ретроспективного, поточного та перспективного аналізу. Показники мають бути представлені в такому вигляді, щоб їх можна було порівняти з попередніми періодами.

Підсистема аналізу має забезпечувати систему управління грошовими потоками підприємства аналітичними показниками.

Показники обсягу, динаміки та структури грошових потоків відображають загальний обсяг чистого грошового потоку, динаміку обсягу формування вхідного грошового потоку в розрізі окремих джерел, а також формування вихідного грошового потоку за напрямками витрачання грошових коштів. Ці показники дозволяють провести оцінку структури вхідного і вихідного грошових потоків, а також темпи їхнього зростання (зменшення), тенденції зміни їхнього обсягу.

Показники рівномірності грошових потоків характеризують рівномірність надходження і витрачання грошових коштів, дають можливість виявити причини коливань.

За допомогою показників синхронності грошових потоків оцінюють ступінь узгодженості грошових потоків у часі.

Показники збалансованості грошових потоків визначають збалансованість позитивного і від'ємного грошових потоків. Вивчення динаміки показника чистого грошового потоку допомагає визначити рівень збалансованості грошових потоків у цілому.

Показники ліквідності дають можливість оцінити здатність підприємства своєчасно погашати свої платіжні зобов'язання грошовими коштами.

Оцінка зовнішніх і внутрішніх факторів, що визначають стан грошових потоків, сприяє виявленню чинників, які впливають на збільшення або зменшення чистого грошового потоку, детальному аналізу причин зміни кожної його складової.

Показники ефективності грошового потоку дозволяють визначити результативність управлінських рішень щодо грошових потоків підприємства та їх вплив на стан фінансової рівноваги і забезпечення економічного зростання підприємства.

Таким чином, підсистема аналізу має формувати інформацію про грошові потоки, яка базується на доцільних і правильно розрахованих показниках. Кількість необхідних показників повинна відповідати реальним потребам підприємства при управлінні грошовими потоками, а показники застосовуватись у

логічній послідовності. Важливою умовою аналізу є необхідність забезпечення зіставлення показників, оскільки порівнювати можна якісно однорідні величини. Також необхідно запобігати дублюванню показників.

Підсистема прогнозування і планування продукує нормативно-планові показники, пов'язані з фінансовим розвитком підприємства, які є комерційною таємницею і використовуються для контролю поточної фінансової діяльності, оцінки її ефективності, формування фінансової стратегії та політики підприємства. До складу показників цієї групи включається вся сукупність показників поточних, оперативних, стратегічних фінансових прогнозів і планів.

Важливим елементом системи управління грошовими потоками є підсистема аудиту, яка необхідна для виконання функції контролю і забезпечення достовірної інформації, що відповідає реальному стану в кожній ланці фінансової системи. Дані фінансового обліку мають бути об'єктивними та не містити помилок.

Результати аудиту касових операцій дозволяють оцінити:

- результати проведення інвентаризацій каси;
- ступінь забезпечення збереження готівки в касі підприємства;
- правильність та достовірність заповнення прибуткових та видаткових касових ордерів, порядку ведення касової книги;
- повноту оприбуткування готівки;
- правильність видачі готівки з каси;
- перевищення встановленого ліміту каси;
- достовірність обліку касових операцій тощо.

Результати аудиту операцій на рахунках в банку дозволяють оцінити:

- кількість відкритих поточних рахунків;
- своєчасність, законність, доцільність відображення на рахунках банку здійснених розрахункових операцій із зарахування і списання коштів;

- доцільність отримання кредитів, напрями їх використання та своєчасність погашення;

- дотримання стану платіжно-розрахункової дисципліни щодо укладених договорів тощо.

Результати аудиту грошових документів і грошових коштів у дорозі дозволяють оцінити:

- своєчасність і правильність оприбуткування грошових документів у кількісному і вартісному виразі на рахунки 331 «Грошові документи в національній валюті», 332 «Грошові документи в іноземній валюті»;

- за рахунок яких джерел були придбані путівки у санаторії, будинки відпочинку тощо, правильність визначення частини їхньої вартості, яка не оплачується одержувачами; своєчасність і повноту надходження коштів за путівки до каси підприємства;

- чи мають місце випадки отримання путівок особами, які не працюють на підприємстві;

- доцільність придбання проїзних квитків і коло осіб, які користуються ними, правомірність віднесення вартості придбаних квитків на витрати підприємства;

- правильність витрачання марок на поштові відправлення;

- повноту і своєчасність зарахування грошових коштів у дорозі на відповідні рахунки в банках, а також тривалість перебування коштів у дорозі тощо.

Результати аудиту еквівалентів грошових коштів дозволяють оцінити:

- правомірність віднесення фінансових інвестицій до цієї категорії активів, тобто визначення терміну, на який вони придбані; можливість вільно конвертуватись у готівку; ступінь ризику зміни їх вартості;

- наявність документів, які підтверджують право власності на еквіваленти грошових коштів тощо.

Результати аудиту грошових коштів з використанням даних фінансової звітності, в першу чергу, Звіту про рух грошових коштів, дозволяють оцінити:

- правильність класифікації статей звітності;

- правильність перенесення показників з інших форм звітності до Звіту про рух грошових коштів;
- узгодженість показників Звіту про рух грошових коштів з показниками інших форм звітності;
- недопущення відображення у Звіті про рух грошових коштів негрошових операцій;
- правильність визначення чистого руху грошових коштів від операційної, інвестиційної, фінансової діяльності;
- правильність визначення сальдо грошових коштів на початок і кінець звітного періоду;
- правильність визначення впливу зміни валютних курсів на залишок коштів;
- рівень надійності системи внутрішнього контролю операцій з грошовими коштами тощо.

Підсистема аудиту є важливою ланкою, яка забезпечує своєчасне виявлення відхилень, помилок для підвищення ефективності використання грошових коштів і прийняття виважених управлінських рішень.

Показники системи інформаційного забезпечення можна поділити на показники, які формуються у внутрішньому або зовнішньому середовищі підприємства.

До внутрішніх джерел можна віднести показники, що надходять з підсистем обліку, аналізу, прогнозування, планування і аудиту.

Інформація, що надходить із зовнішнього середовища, впливає на побудову не тільки інформаційної бази грошових коштів, а також на всі підсистеми, що включені до системи управління грошовими коштами. Вона містить такі дані:

1. Нормативно-регулятивні: закони держави, укази президента, постанови уряду, кодекси, стандарти бухгалтерського обліку.

2. Дані держкомстату, що відображають інформацію про зміни макроекономічної ситуації в країні. До цієї групи входять такі показники, як ВВП і національний дохід, грошові доходи населення, внески населення в банк, індекс інфляції, дисконтна

ставка центрального банку. Ці показники відображаються в публікаціях держкомстату України.

3. Дані, що характеризують галузевий розвиток підприємства, а саме: обсяг виробленої (реалізованої) продукції та його динаміка; індекс цін на продукцію; загальна вартість активів підприємств галузі; рівень рентабельності та витратомісткість галузі тощо.

4. Господарсько-правові дані: договори, угоди, рішення арбітражних і судових органів, санкції і реклаमाції.

5. Дані про контрагентів підприємства (постачальників, покупців). Інформація про постачальників потрібна для передбачення їхньої надійності та цінової політики, дані про покупців – для виявлення стану їх платоспроможності.

6. Одержані із засобів масової інформації дані про конкурентів.

7. Дані ринків: матеріального, капіталу та фондового.

8. Науково-технічна інформація (передові дослідження в області науки і техніки).

Висновки. На основі проведеного дослідження ми дійшли висновку, що управління грошовими коштами та їх потоками обмежується інформацією, що відображена у фінансовій звітності та частково в реєстрах фінансового обліку. В Україні процес впровадження практичного менеджменту знаходиться на етапі становлення і затримка його розвитку відбувається за відсутності розробки теоретичної бази та забезпечення системи управління грошовими потоками систематизованою інформацією, яка повинна базуватися на показниках підсистем обліку, аналізу, прогнозування, планування, аудиту і зовнішніх джерелах інформації. Тому, на нашу думку, запропоноване визначення та складові інформаційної бази системи управління грошовими коштами підприємства дозволить підвищити якість управління грошовими коштами.

Список використаних джерел

1. Карпенко Є. Обліково-аналітичне забезпечення управління витратами підприємства / Карпенко Є., Різник М. // 36. тез за

матеріалами Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. «Сучасні проблеми та перспективи розвитку обліку, аналізу, аудиту та контролю в умовах глобалізації економіки», (м. Полтава, 23–24 квітня 2014 р.). Полтава : Навчально-науковий інститут економіки та бізнесу Полтавської державної аграрної академії, 2014. – С. 85–88.

2. Лігоненко Л. О. Управління грошовими потоками : навч. посіб. / Лігоненко Л. О., Ситник Г. В. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2005. – 255 с.

УДК [332.024:657.6]:[657.424:334.722.8]

ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ ЗДІЙСНЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ ОПЕРАЦІЙ З ІНВЕСТИЦІЙНОЮ НЕРУХОМІСТЮ АКЦІОНЕРНИХ ТОВАРИСТВ

***І. С. Росточило, магістр спеціальності Облік і оподаткування
освітня програма «Облік і аудит»***

А. І. Мілька, к. е. н., доцент – науковий керівник

Анотація. У статті досліджено організаційні аспекти здійснення економічного аналізу операцій з інвестиційною нерухомістю в акціонерних товариствах. Визначено принципи, мету, завдання предмет, об'єкт та інформаційну базу аналізу інвестиційної нерухомості. Запропоновано етапи, за якими доцільно проводити аналіз інвестиційної нерухомості.

Ключові слова: аналіз, акціонерні товариства, інвестиційна нерухомість, нерухомість, інформаційна база.

Abstract. The article examines the organizational aspects of the economic analysis of investment real estate transactions in joint stock companies. The principles, purpose, tasks of the subject, object, subjects, users and the information base of the analysis of investment real estate are defined. The stages according to which it is expedient to carry out the analysis of investment real estate are offered

Key words: analysis, joint-stock companies, investment real estate, real estate, information base.

Постановка проблеми. Ефективне управління акціонерними товариствами та прийняття раціональних управлінських потребує уміння проводити глибокий аналіз діяльності суб'єкта господарювання. Крім основних господарських операцій в акціонерних товариствах досить часто здійснюються операції з інвестиційною нерухомістю. Тому вагомим аспектом аналізу діяльності акціонерних товариств стає обґрунтований аналіз інвестиційної нерухомості, який проводиться в частині дослідження тенденцій розвитку інвестиційної нерухомості, пошуку шляхів збільшення її дохідності. Недооцінка ролі такого аналізу в сучасних умовах зумовлюється тим, що часто керівництво не приділяє значної уваги вивченню стану, структури та руху інвестиційної нерухомості.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Питаннями організації аналізу інвестицій у об'єкти нерухомого майна, а також оцінки ефективності їх утримання займалися зарубіжні та вітчизняні вчені, зокрема С. Блюмін, Ю. Брікхем, Л. Дж. Гитман, І. Д. Лазаришина, Є. В. Мних, В. О. Подольська, Л. В. Чижевська, А. В. Череп, А. Д. Шеремет та ін. Проте віддаючи належне науковим розробкам провідних вчених, слід відзначити, що низка проблемних питань до сьогодні залишаються не достатньо вирішеними.

Ефективна організація аналізу операцій з інвестиційною нерухомістю підтверджує результативність прийнятих на основі аналітичної інформації управлінських рішень. Не врахування інвестиційної нерухомості у складі об'єктів аналізу як у наукових працях, так і в практичній роботі аналітиків, ускладнює процес управління такими активами, а відсутність належного організаційно-інформаційного забезпечення аналізу операцій з інвестиційною нерухомістю унеможливорює підготовку аналітичних даних для різних груп користувачів.

Формулювання мети. Метою статті є дослідження організаційних аспектів здійснення економічного аналізу операцій з інвестиційною нерухомістю в акціонерних товариствах та визначення напрямів його удосконалення, що сприятиме підвищенню якісного рівня облікового забезпечення управління.

Виклад основного матеріалу дослідження. Організаційно-інформаційне забезпечення аналізу операцій з інвестиційною нерухомістю формується за допомогою певних складових аналітичного процесу: принципів, мети, завдань аналізу, предмета, об'єкта, суб'єкта, користувачів, інформаційної бази, етапів та плану аналізу інвестиційної нерухомості [1].

На основі вивчення наукової літератури нами визначено принципи раціональної організації аналізу операцій з інвестиційною нерухомістю в акціонерних товариствах (табл. 1).

Таблиця 1 – Принципи раціональної організації аналізу операцій з інвестиційною нерухомістю в акціонерних товариствах

Назва принципу	Коротка характеристика
Неперервності	Означає постійну побудову аналітичного процесу під час розв'язування конкретних аналітичних завдань
Цілісності	Означає, що аналіз інвестиційної нерухомості є єдиною нерозривною цілісною системою, без акцентування аналітики на окремих аспектах аналізу; кожна складова аналітичного процесу досліджується поетапно і у взаємозв'язку
Повноти	Означає, що розкриття інформації про інвестиційну нерухомість в аналізі має бути вичерпним, що є важливим для пошуку резервів та прийняття рішень щодо прогнозування подальшого функціонування підприємства на основі отриманих аналітичних відомостей про інвестиційну нерухомість
Послідовності	Аналіз інвестиційної нерухомості проводиться у вигляді ланцюжка послідовних дій – від організації до знаходження резервів та шляхів покращення діяльності не лише з управління інвестиційною нерухомістю, а й фінансово-господарської діяльності в цілому
Всебічності	Система аналізу інвестиційної нерухомості охоплює усі елементи та напрямки аналізу інвестиційної нерухомості у їх внутрішніх зв'язках та визначення впливів інвестиційної нерухомості на результативні показники діяльності

Назва принципу	Коротка характеристика
Динамічності	Означає, що всі характеристики системи аналізу інвестиційної нерухомості слід розглядати не як постійні, а як постійно змінні. Динамічність аналізу інвестиційної нерухомості як системи зумовлена удосконаленням форм і методів його організації, застосуванням нових методів аналізу інвестиційної нерухомості

Завдяки правильній організації аналізу інвестиційної нерухомості можна досягнути поставленої керівництвом товариства мети діяльності – знаходження резервів підвищення ефективності управління діяльністю підприємства, зокрема, в частині удосконалення аналізу інвестиційної нерухомості.

Аналіз операцій з інвестиційною нерухомістю має за мету пошук шляхів підвищення ефективності управління діяльністю підприємства в частині удосконалення аналізу інвестиційної нерухомості на основі своєчасного виявлення та запобігання негативним факторам у діяльності з інвестиційною нерухомістю та негативним чинникам, які впливають на показники руху інвестиційної нерухомості, а також порівняння показників ефективності використання інвестиційної нерухомості різних підприємств однієї чи кількох галузей регіону, та розробка заходів щодо реалізації таких резервів.

В ході аналізу інвестиційної нерухомості вирішуються такі завдання:

- визначається рівень інвестиційної нерухомості, при якому ефективність діяльності суб'єкта господарювання підвищується або як мінімум забезпечується безбитковість діяльності;
- визначається обсяг інвестиційної нерухомості, при якому рівень ризику акціонерного товариства стати банкрутом становить критичне значення для існування підприємства як господарської одиниці;
- аналізується склад та структура інвестиційної нерухомості;

- аналізується динаміка та рух інвестиційної нерухомості;
- оцінюється вплив зміни інвестиційної нерухомості на зміну стану ліквідності Балансу (Звіту про фінансовий стан);
- оцінюється ефективність управління інвестиційною нерухомістю;
- виявляються причини і тенденції зміни інвестиційної нерухомості.

Об'єктом аналізу інвестиційної нерухомості є діяльність акціонерного товариства в частині здачі в оренду землі та нерухомості.

Правильна організація аналізу інвестиційної нерухомості визначає результативність аналізу. Тому предметом аналізу інвестиційної нерухомості є результати діяльності акціонерного товариства в частині здачі в оренду інвестиційної нерухомості та взаємозв'язки операцій та процесів, що виникають у ході такої діяльності, які є визначальними для досягнення мети аналізу інвестиційної нерухомості.

Суб'єктами аналізу інвестиційної нерухомості можуть бути будь-які економічні структурні підрозділи акціонерного товариства, які причетні до аналітичної роботи.

На нашу думку, користувачі і суб'єкти аналізу інвестиційної нерухомості можуть бути прямо зацікавлені в діяльності та розвитку акціонерного товариства тоді, коли вони знаходяться у його штаті, оскільки їх власні інтереси безпосередньо залежать від інтересів підприємства, тобто, якщо внутрішній аналітик буде грамотно і глибоко проводити аналіз інвестиційної нерухомості, це дасть змогу покращувати контроль та управління цими активами, що буде внеском у поліпшення стану товариства в цілому, від чого залежить розмір оплати праці чи будь-якого іншого стимулювання праці такого аналітика.

При проведенні аналізу інвестиційної нерухомості слід визначити джерела інформації, які будуть використовувати суб'єкти аналізу під час аналізу. Інформація, отримана з джерел, має бути якісна, своєчасна, достатня і достовірна, що є визначальною умовою успішності аналітичної роботи.

Інформаційне забезпечення аналізу інвестиційної нерухомості – це результат комплементарності облікової, аналітичної, статистичної, ринкової та галузевої інформації, яка має відповідати наступним вимогам: своєчасність, достатність, точність (табл. 2).

Таблиця 2 – Інформаційна база для аналізу операцій з інвестиційної нерухомості

Інформаційний показник	Джерело інформації
1. Фізичні параметри: передана в оренду площа; загальна площа об'єкта; стан об'єкта; рівень інфраструктури, місцезнаходження та транспортна доступність	Первинні документи, паспорт об'єкта, договори лізингу, технічні плани, геопросторові дані
2. Операційні витрати на утримання та експлуатацію об'єкта інвестиційної нерухомості	Дані синтетичного та аналітичного обліку, облікові реєстри, фінансова та статистична звітність
3. Витрати на недозавантаження	Розрахункові аналітичні дані
4. Дохід від управління інвестиційною нерухомістю	Фінансова звітність, дані синтетичного та аналітичного обліку
5. Вартість об'єкта	Фінансова звітність, дані синтетичного та аналітичного обліку
6. Структура та вартість капіталу: частка позикового капіталу; вартість позикового капіталу; вартість власного капіталу	Фінансова звітність, дані синтетичного та аналітичного обліку, результати аудиторських перевірок
7. Ціна продажу об'єктів-аналогів	Дослідження та аналітика ринку
8. Орендна ставка	Лізингові договори, дослідження та аналітика ринку, інфорграфіка, статистична карта
9. Ставка капіталізації	Огляд ринку, дані консалтингових компаній

На основі вивчення наукової літератури ми розробили порядок здійснення аналізу операцій з інвестиційною нерухомістю, який наведено на рис. 1.



Рисунок 2 – Етапи здійснення аналізу інвестиційної нерухомості

Сформувавши повну інформаційну базу для аналізу інвестиційної нерухомості, суб'єкт аналізу повинен належним чином спланувати свою роботу. На нашу думку план аналізу інвестиційної нерухомості повинен включати такі пункти: мету, об'єкт аналізу, етапи аналізу, терміни виконання аналізу, виконавців аналізу, завдання аналізу, інформаційну базу, підсумкові документи за результатами аналізу інвестиційної нерухомості.

Відмітимо, що з планування починається весь процес документування аналізу, оскільки після того як створено план виконання аналізу інвестиційної нерухомості, розробляється система аналітичних показників та методика їх розрахунку, а

також створюються аналітичні таблиці, графіки та діаграми, на основі яких буде зроблено загальні висновки та складено підсумкові документи з аналізу.

Висновки. На нашу думку запропонований алгоритму аналіз інвестиційної нерухомості акціонерних товариств може стати інструментом, завдяки якому буде здійснюватися якісна оцінка результатів управління об'єктами інвестиційної нерухомості. Це дасть змогу визначити орієнтири для прийняття управлінських рішень щодо реалізації потенціалу подальшого розвитку.

Список використаних джерел

1. Мойсеєнко І., Ревак І., Миськів Г., Чапляк Н. Інвестиційний аналіз : навч. посіб. / Мойсеєнко І., Ревак І., Миськів Г., Чапляк Н. – Львів : ЛьвДУВС, 2019. – 276 с.

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ МЕНЕДЖМЕНТ

Освітня програма «Бізнес-адміністрування»

УДК 338.3

FEATURES OF FUNCTIONING OF CORPORATE GOVERNANCE SYSTEM IN NIGERIA

Mensah Euraesi, Master of Business Administration, Educational Program «Management»

L. Johnson (Osun), Master of Management and Administration, Educational Program

O. V. Bondar-Pidgurska, Doctor of Economics, Associate Professor – Supervisor

Abstract. The article reveals the peculiarities of the functioning of corporate governance systems in Nigeria through its individual components. The translation of institutions and individuals responsible for ensuring the accountability of public companies in Nigeria is covered. Based on the restoration of Nigeria's colonial heritage, it has been established that the corporate governance system in this country is essentially Anglo-Saxon, or "a system of external control". It is emphasized that in order to intensify the process of attracting foreign investment to the country, Nigeria applies the principles and improves the system of corporate governance.

Keywords: corporate governance, system, development, Nigeria.

Анотація. Стаття розкриває особливості функціонування системи корпоративного управління в Нігерії через окремі її складові. Висвітлено перелік установ і осіб, які відповідальні за забезпечення ефективної підзвітності публічних компаній у Нігерії. На основі врахування колоніальної спадщини Нігерії встановлено, що система корпоративного управління в цій країні по суті є англосаксонською, або «системою контролю з боку». Наголошено, що з метою активізації процесу залучення іноземних інвестицій в країну, Нігерія застосовує принципи та удосконалює систему корпоративного управління.

Ключові слова: корпоративне управління, система, розвиток, Нігерія.

Formulation of the problem. A high level of corporate governance in the country is a guarantee of investment attractiveness, proper protection of the interests of national and foreign shareholders, as well as high competitiveness in commodity markets. Therefore, the study of the peculiarities of the functioning of the corporate governance system in Nigeria is becoming increasingly important.

Analysis of basic research and publications. A study of the formation and functioning of corporate governance systems were: Adegbit E. [1], Bondar-Pidgurskaya O. V. [8], Glibova A. O. [8], Okike, ENM [3], Okougbo P. O. [4], Olutuyi O. [5], Parker R. H. [6], Wallace R. S. O. [7].

The aim of the article is to study the peculiarities of the formation and functioning of the corporate governance system in Nigeria.

Presentation of the main research material. Characteristics of corporate governance systems of any country and its features include research and analysis of infrastructure, mechanisms, codes, models and other components, which ultimately form a national system of corporate governance with its own characteristics.

There are several institutions and individuals charged with the responsibility for ensuring effective accountability of public companies in Nigeria. These include:

1. *The Government.* The Government plays a key role in corporate governance through the promulgation of various laws affecting the management and control of business enterprises in Nigeria, irrespective of their size (Okike, 2007). The main legal framework for corporate governance is the Companies and Allied Matters Act (CAMA) 2004. Here are some key aspects of the Act as it relates to corporate governance: a) Directors and Secretaries of the company; b) Duties of Directors; в) Financial Statements and Audit.

2. *The Financial Reporting Council (FRC).* Given the renewed emphasis on effective corporate governance and accountability in Nigeria, and the need to have effective mechanisms for developing and monitoring corporate governance codes and guidelines, the Federal Government passed the Financial Reporting Act, № 6, 2011.

3. Directorate of Accounting Standards – Public Sector.

4. Directorate of Auditing Practice Standards.
5. Directorate of Actuarial Standards.
6. Directorate of Valuation Standards.
7. Directorate of Inspection and Monitoring.
8. Directorate of Corporate Governance.

Through these various arms, the FRC ensures high quality financial reporting and effective monitoring of companies, external auditors and other professionals whose work bear upon financial reporting integrity and corporate governance of entities.

Since the establishment of the FRC, it has issued and revised codes of corporate governance for public listed companies (examined later), the latest being the exposure draft on the Nigerian Code of Corporate Governance 2018. The inspection and monitoring unit has also been actively monitoring compliance with accounting and auditing standards, including compliance with the code of corporate governance..

9. *The Corporate Affairs Commission (CAC)* was established as an autonomous body by the Companies and Allied Matters Act (CAMA) 1990 (section 1) to oversee the regulation and supervision of the formation, incorporation, registration, management and winding up of companies.

10. *The Securities and Exchange Commission (SEC)* is a Government Agency responsible for the regulation and development of the Nigerian Capital Market.

11. *The Nigerian Stock Exchange (NSE)* is a registered company limited by guarantee and licensed under the Investments and Securities Acts 2007. NSE is self-regulating and plays a crucial role in the mobilization of capital.

12. *The Society for Corporate Governance (SCG)* in Nigeria is a non-profit organization registered to foster the implementation of corporate governance standards in Nigeria and other emerging economies.

13. *The Institute for Corporate Governance in Nigeria (ICGN)* in Nigeria (ICGN) is a professional body formed by a team of experts from different fields with the aim of promoting best corporate governance practices and business ethics standards in Nigeria, Africa and globally.

14. *Auditors* play an important role in corporate governance irrespective of the system of corporate governance in place. Their role in lending credibility to management prepared financial statements is often a legal requirement.

15. *Audit Committees*: Whilst it is true that as a former colony of Great Britain, Nigeria imbibed the laws and corporate practices of the UK, a revision of the Companies Act in 1990, provided the opportunity for Nigeria to incorporate into law, corporate governance practices that were suited to the country's needs.

16. *Shareholders' Associations*: The indigenisation exercise of 1972 (see Okike, 1995) saw the shares of many foreign nationals changed hands and many Nigerians bought shares from companies listed on the NSE. Thus the number of indigenous shareholders increased on the stock market. This rise in shareholder numbers also gave rise to activist shareholders, who attended annual general meetings to cause trouble. This shareholder group often challenged corporate boards whenever they were dissatisfied with the performance of the companies in which they held shares. They soon formed themselves into formidable groups.

Development of Corporate Governance Codes in Nigeria: 1) Securities and Exchange Commission Code October 2003; 2) Central Bank of Nigeria Code of Corporate Governance for Banks in Nigeria Post-Consolidation 2006; 3) National Pension Commission (PENCOM) Code of Corporate Governance Practices for the Insurance Industry in Nigeria 2008; 4) The Code of Good Corporate Governance for the Insurance Industry in Nigeria 2009; 5) The Code of Corporate Governance in Nigeria 2011; 6) The Code of Corporate Governance for the Telecommunication Industry 2016; 7) Nigerian Code of Corporate Governance (NCCG) 2018.

The Code is meant to promote public awareness of essential corporate values and ethical practices that will enhance the integrity of the market and rebuild public trust and confidence in the Nigerian economy.

Conclusion. The corporate governance system that exists in any country is often shaped by a wide range of internal as well as external factors (Okike, 1994, 1998, 1999; Okike and Adegbit, 2012).

Given Nigeria's colonial heritage, the system of corporate governance is essentially Anglo-Saxon, or "system of external control" (Franks and Meyer, 1994). The features of this system are as follows (Okike, 2007): 1) the interest of shareholders is the most important in the daily activities of management, and their priority is to maximize the wealth of shareholders; 2) there is a functioning capital market that helps reconcile the interests of management and shareholders through the right to buy and sell shares at prices that reflect their value, perceived by investors; 3) there is a chain of accountability. The company's executives are accountable to the boards of directors, which in turn are accountable to shareholders; 4) the rights and responsibilities of key players in corporate governance are enshrined in the charter.

The 2018 Nigerian Code of Corporate Governance has a more lenient approach to corporate governance and allows companies to set policies that are appropriate for their business. This allows companies to adapt the Code's Principles to the specifics of their business and can reduce non-compliance and non-compliance with the Code. Yes, this does not mean that these principles are applied in Nigeria in the same way as in countries with more complex capital markets.

However, Nigeria has the potential and seeks to attract foreign investment to the country, which can be realized through a sound corporate governance system.

References

1. Adegbite, E. (2010) The Determinants of Good Corporate Governance: The case of Nigeria, being a Thesis submitted in fulfilment of the requirements for the Degree of PhD in Management, Faculty of Management, Cass Business School, London. – URL: <https://openaccess.city.ac.uk/id/eprint/19551/>.
2. Financial Reporting Council of Nigeria (FRCN) (2018) The Nigerian Code of Corporate Governance 2018, Abuja, Nigeria. – URL: <https://pwc nigeria.typepad.com/files/nigerian-code-of-corporate-governance-2018-1.pdf>.
3. Okike E. N. M. and Adegbite E. (2012), "The Code of Corporate Governance in Nigeria: Efficiency Gains or Social Legitimation?", *Corporate Ownership & Control*, 9(3). – P. 262–275.

4. Okougbo P. O., & Okike E. N. (2015). Corporate governance and Learnings management: Empirical evidence from Nigeria. *Corporate Ownership and Control*, 12 (4), P. 312–326. doi: 10.22495/cocv12i4c2p7.
5. Olutuyi O. (2017, July 27). How corporate governance can affect Nigeria's development. Retrieved from A. Financial Nigeria Development and Finance: <http://www.financialnigeria.com/how-corporate-governance-can-affect-nigeria-s-development-blog-273.html> [accessed 12 August 2018].
6. Parker R. H. (1958) "Company Law in Nigeria", *Accountant*, 139. – P. 693–694.
7. Wallace R. S. O. (1989) *Accounting and Financial Reporting in Nigeria: A Study Prepared for the Research Board of the Institute of Chartered Accountants in England and Wales*. London, ICAEW.
8. Бондар-Підгурська О. В. Ділове адміністрування (Корпоративне управління) / Бондар-Підгурська О. В., Глебова А. О. – Київ : Ліра-К. – 488 с.

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ ІНФОРМАЦІЙНА, БІБЛІОТЕЧНА ТА АРХІВНА СПРАВА

Освітня програма «Документознавство та інформаційна діяльність»

УДК 316.77:069(477)

ІННОВАЦІЙНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТА КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В СУЧАСНОМУ МУЗЕЙНИЦТВІ

І. Г. Передерій, магістр спеціальності Інформаційна, бібліотечна та архівна справа освітня програма «Документознавство та інформаційна діяльність»

Т. В. Оніпко, д. і. н., професор – науковий керівник

Анотація. Проаналізовано сучасні форми, канали та інструменти музейної комунікації, що сприяють адаптації музеїв як соціокультурних закладів до ефективної діяльності в умовах інформаційного суспільства. Акцентовано на тому, що комунікаційні можливості музеїв пов'язані з їхньою здатністю передавати інформацію за допомогою реальних предметів безпосередньо чи опосередковано.

Ключові слова: музей, музейна комунікація, QR-код, Інтернет-сайт, віртуальний музей, віртуальна екскурсія, соціальні мережі.

Abstract. The current forms, channels and tools of museum communication that promote adaptation of these socio-cultural institutions to productive activity in the conditions of the information society. The emphasis is on the fact that communication capabilities of museums are related to their ability to transfer information with real objects directly or indirectly.

Key words: museum, museum communication, QR-code, Internet site, virtual museum, virtual excursion, social networks.

Постановка проблеми. В умовах інформаційного суспільства змінився характер відносин між музеями та їхніми відвідувачами, останні почали сприйматись як рівноправні партнери в роботі музейних закладів, тобто сформувалася нова концепція освітньої діяльності музею як комунікативної системи. Тому одне із головних завдань музейної комунікації – це створення передумов для активізації відвідувачів, зокрема для вдоскона-

лення їхніх контактів із музейними предметами як джерелами знань, емоцій, естетичних відчуттів і створення ефекту занурення в культурне середовище.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Дослідження інновацій музейної комунікації здійснювали вітчизняні науковці та практики галузі, зокрема, В. Банах, М. Белікова, Л. Дубровіна, А. Киридон, І. Матяш, Р. Маньковська, К. Смаглій, а також зарубіжні вчені – Б. та Г. Лорд, Г. Матт, С. Сміт Батиста. Проблему впровадження інформаційних технологій у діяльності музейних закладів розкривали у своїх публікаціях Н. Білан, Р. Гураль, Ю. Ключко, К. Кобцев, І. Шевцов. Однак нині є потреба у глибшому вивченні інноваційних інформаційних та комунікаційних технологій у діяльності музейних закладів.

Формулювання мети. Метою статті є дослідження виокремлення та всебічний аналіз сучасних форм музейної комунікації, що сприяють адаптації музейних закладів до ефективної діяльності в умовах інформаційного суспільства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Поряд із традиційними формами музейної комунікації, такими як експозиційно-виставкова, просвітницько-освітня, видавнича, в умовах інформаційного суспільства з'являються новітні способи взаємодії музею і суспільства, спрямовані на розширення сфери впливу закладів культури серед громадськості.

Комунікацію між музеєм і відвідувачем можна розділити на безпосередню та опосередковану. Безпосередня музейна комунікація відбувається в рамках музейного комунікативного простору, до якого відносять експозицію, виставки та інші форми безпосереднього сприйняття рухомих пам'яток у контексті музейної інформаційно-комунікаційної системи. Більшість дослідників вважають, що найрезультативнішим каналом музейної комунікації була й залишається експозиція. При цьому завдання музейного фонду – запропонувати нові знання, погляди, розуміння та осмислення. Музейні фонди є основою комунікативної роботи музею. Тому дуже важливим напрямом музейної комунікації є поповнення експозицій новими матеріалами, створення нових виставок, відкриття сховищ для глядача, належне наукове комплектування фондів.

Сутність опосередкованої музейної комунікації полягає у поширенні інтерпретації музейних пам'яток за допомогою тих комунікаційних каналів, які не передбачають безпосереднього контакту користувача відповідною інформацією з музейними пам'ятками, насамперед за допомогою засобів масової комунікації, а також поширення інформації про музейні заклади та їхні колекції й експозиції, зокрема за допомогою новітніх інформаційних технологій. Тому невід'ємним напрямом сучасної реалізації та подальшого розвитку музейництва є використання інтернет-технологій.

Найголовнішою формою сучасної музейної комунікації є веб-сайт закладу. Сучасний інтернет забезпечує доступ до фондів багатьох музеїв. Відрізняючись змістом і якістю виконання, музейні сайти набувають усе більш інтерактивного характеру, включають основну інформацію, спонукають глядача до спілкування з музеями через анімовані плани і схеми, відеопанорами, зручні пошукові системи, ігри, чати, онлайн-торгівлю квитками, книгами, сувенірами тощо. Музейні сайти поділяють на сайти реально існуючих музеїв і музеїв віртуальних. Перші – це частина реальних музеїв – художніх, історичних, етнографічних, археологічних тощо. Більшість таких сайтів є стислими музейними путівниками, які містять інформацію про історію закладу, режим його роботи, постійні експозиції, виставки, колекції та окремі предмети. Подекуди на цих інформаційних ресурсах презентуються віртуальні виставки картин окремих художників до їх ювілеїв, тематичні виставки.

Проте частіше за все на веб-сайті представлені історія музею, інформація для відвідувачів, рідше – постійна експозиція та виставки і лише в поодиноких випадках – освітні програми і наукова інформація. Другу групу музейних веб-сайтів становлять ресурси віртуальних музеїв. Донедавна їх у мережі було всього декілька. Сьогодні, наприклад, в Італії їх понад 8 000. Віртуальний музей Канади (Virtual Museum of Canada) об'єднав предмети мистецтва, які зберігаються в різних колекціях по всій країні (загалом охоплює 2 500 закладів). Він презентує віртуальні виставки, безкоштовні онлайн-ігри, освітні матеріали, а також понад 580 000 зображень [1].

Новітньою формою музейної комунікації є віртуальна екскурсія (або віртуальний тур). Це послідовність декількох об'єднаних панорамних фотографій, між якими у процесі перегляду можна візуально переміщуватися спеціальними переходами, і які мають текстовий або аудіосупровід. Такий сервіс дозволяє підвищити відвідування веб-сайту музею, запропонувавши користувачеві унікальну подорож, наприклад, екскурсію фондами, освітні програми для школи тощо. На сьогодні в інтернет-просторі представлено віртуальні екскурсії 31-го музейного закладу України. Вони, зокрема, акумульовані на сайті «Україна Incognita. Музеї онлайн». Серед них і два полтавські – це музей-садиба І. П. Котляревського та Державний історико-культурний заповідник «Поле Полтавської битви».

Значно збагатило комунікаційні можливості музею застосування 3D-технологій. Інтерактивна проекція 3D-зображення людини в натуральну величину також стає популярною в музейному просторі. Ця технологія використана для створення фільмів про літературно-меморіальний музей І. П. Котляревського, Полтавський краєзнавчий музей імені Василя Кричевського та ДІКЗ «Поле Полтавської битви».

Серед форм музейної комунікації, що набули популярності останнім часом, неабияке місце посідає представлення культурних закладів у соціальних інтернет-мережах – таких, як Facebook, MySpace, мікроблог Twitter. За допомогою соціальних мереж простіше та зручніше отримувати відгуки й мати зворотний зв'язок з іншими закладами культури та суспільними організаціями, залучати їх до різних проектів (виставок, наукових форумів, обговорення виставлених музейних колекцій; залучення приватних фондів до цієї діяльності, рекламування, поширення та друк видань, пропагування власне науково-дослідної роботи). Українські музеї розпочали інтегруватися у віртуальний простір соціальних мереж порівняно недавно – починаючи з 2011–2013 рр. Але відтоді така форма музейної комунікації стала загальнопоширеною [2].

До новітніх засобів музейної комунікації слід також віднести QR-коди, які за допомогою спеціальної програми дають можливість швидкого отримання суттєвого обсягу інформації про музейний експонат або іншу туристичну локацію на сучасний

технічний комунікаційний пристрій. Достатньо мати смартфон або планшет, спеціальний додаток для зчитування цього коду та вихід до мережі Інтернет і кожен відвідувач зможе без сторонньої допомоги, без екскурсовода отримати найсуттєвішу інформацію про той чи інший об'єкт. У рамках проєкту туристично-екскурсійного маршруту «Пройди стежкою легенд та збери підкови на удачу!» у 2015 р. на вулицях Полтави з'явилися QR-коди до двадцяти туристичних локацій (від Іванової гори до ансамблю Круглої площі). 2016 р. до маршруту приєднано три літературно-меморіальні музеї міста. 2017 р. за допомогою QR-кодів прокладено туристичний маршрут територією музейного містечка ДІКЗ «Поле Полтавської битви».

Як дієву традиційну форму комунікації із цільовою аудиторією, музеї активно використовують засоби масової інформації – радіо, телебачення, газети, журнали, інтернет-видання, які допомагають зацікавити громадян та спонукати до ознайомлення з музеями.

Важливим інструментом музейної комунікації є видавнича діяльність. Вона проявляється у виготовленні та розповсюдженні музейними закладами друкованої продукції, що популяризує музейне зібрання (наприклад каталоги), публікації результатів наукових досліджень. Актуальним завданням у царині музейної видавничої діяльності є випуск не лише наукових, а й популярних видань, адресованих усім групам музейної аудиторії – фотоальбомів, проспектів, брошур тощо. Загалом усі музейні видання – це засіб комунікації, адже через них читач віртуально повертається до музею. Через призму того, як сьогодні музей документує історичний процес, як відбирає, експонує музейні предмети, як фіксує факти в музейних виданнях, сучасники і нащадки будуть сприймати й оцінювати певні історичні періоди.

Однією із форм музейної комунікації, спрямованої на залучення до діяльності музею наукової та освітянської аудиторії, є проведення наукових конференцій, музейних читань, круглих столів, які поряд із популяризацією музейних колекцій сприяють їхньому глибокому дослідженню. Матеріали конференцій публікують більшість музеїв України, вони широко використовуються науковцями, фахівцями галузі, музеологами.

Розглядаючи проблему музейної комунікації в соціокультурному просторі, неможливо оминати економічну складову діяльності музею. У цьому контексті важливою комунікаційною групою музею є спонсори, благодійники, меценати. В Україні це явище лише відроджується, а от у розвинених країнах підтримка музеїв приватними особами, великим бізнесом уже давно й активно практикується. Зокрема, в США, Австрії вона становить 5% від загальної суми фінансування культури державою. Заможні люди розуміють рентабельність передачі коштів музейним закладам, які зміцнюють культурний імідж та туристичну привабливість регіону чи міста, а це, безперечно, сприяє розвитку його інфраструктури та економіки [3].

Висновки. Отже, комунікаційні можливості музеїв пов'язані з їхньою здатністю передавати інформацію за допомогою реальних предметів безпосередньо чи опосередковано. Поряд із традиційними формами та інструментами музейної комунікації, зокрема таких, як експозиційно-виставкова, просвітницько-освітня, видавнича, проведення наукових конференцій, представлення музеїв у ЗМІ, особливого значення набувають і новітні, пов'язані із розвитком сучасних інформаційних технологій. До них належать Інтернет-сайти музеїв, віртуальні музеї, віртуальні екскурсії та тури, QR-коди, 3D-технології, профілі музеїв у соціальних мережах. Саме активний розвиток останніх сприятиме ширшій комунікації закладу з широкою аудиторією відвідувачів, розширенню міжмузейних контактів, інтеграції вітчизняних музеїв у світове музейне співтовариство.

Список використаних джерел

1. Банах В. М. Музейні інновації та інтерактивність у теорії та практиці музейної справи [Електронний ресурс] / В. М. Банах // Historical and cultural studies. – 2016. – Vol. 3, № 1. – С. 1–5. – URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/hcs_2016_3_1_3. – Назва з екрана.
2. Дубровіна Л. Архіви, бібліотеки, музеї – джерельна основа національної пам'яті, культурної спадщини України / Л. Дубровіна, А. Киридон, І. Матяш // Бібліотечний вісник. – 2017. – № 1. – С. 3–10.
3. Ключко Ю. Комунікативний простір сучасних музеїв в умовах соціокультурних трансформацій суспільства / Ю. Ключко // Праці центру пам'яткознавства. – 2019. – Вип. 35. – С. 109–117.

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ

Освітня програма «Публічне адміністрування»

УДК 342:343.35

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО РОЗУМІННЯ ОЧИЩЕННЯ ВЛАДИ (ЛЮСТРАЦІЇ)

А. Г. Гриценко, магістр спеціальності Публічне управління та адміністрування освітня програма «Публічне адміністрування»

Анотація. В умовах сучасної радикальної трансформації соціально-економічного, політико-правового та духовного життя в Україні на перший план виходять політичні процеси, які мають призвести до радикального реформування усталеної системи та стати умовними каталізаторами на шляху до демократичних перетворень, серед якого політична люстрація займає одне з провідних місць. Питання очищення державної влади шляхом застосування люстраційних процедур є одним із найважливіших і водночас неоднозначних у політичній науці. Феномен люстрації ще до кінця не вивчений. Люстрацію часто відзначають як один із способів відмовитися від спадщини комуністичного минулого або корупції минулого уряду.

Ключові слова: очищення влади, люстрація, посадова особа, органи державної влади, державний службовець, тоталітарний режим.

Abstract. In the conditions of modern radical transformation of socio-economic, political-legal and spiritual life in Ukraine political processes come to the fore, which should lead to radical reform of the established system and become conditional catalysts on the way to democratic transformations, among which political lustration is one of the leading seats. The issue of purification of state power through the use of lustration procedures is one of the most important and at the same time ambiguous in political science. The phenomenon of lustration has not yet been fully studied. Lustration is

often cited as a way to abandon the legacy of the communist past or the corruption of the past government.

Key words: Cleansing of power, lustration, official, public authorities, evil servant, totalitarian regime.

Постановка проблеми. Для молодішої демократичної держави Україна актуальною проблема є впровадження та функціонування дієвих механізмів протидії неефективній та корумпованій державній (публічній) владі. Ця проблема є також актуальною для всіх демократичних країн світу та країн, що розвиваються.

Одним із таких перспективних механізмів є процедура очищення влади (люстрація). Однак правова та юридична природа цього заходу як способу очищення неефективної публічної влади є сумнівною та залишається спірною серед науковців та практиків. При цьому виникає питання, чи можна розглядати процедуру люстрації як інструмент громадського контролю над державними інституціями.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Дослідженням очищення влади (люстрації) на національному та міжнародному рівні займалися такі вчені, як Афонічкіна Н. В., Безклубий І. А., Дудаш Т. І., Задорожний Ю. А., Камінська Н. В., Книш В. В., Кутєпов М. Ю., Левицький С. А., Мандибура В. О., Мармазов В. Є., Оборотов Ю. Н., Паліюк В. П., Петров Г. І., Ревко І. М., Роман Д. М., Покровский І. А., Сорокіна Ю. О., Стрельченко О. Г., Трофимов В. В., Хлабистова К. В.

Формулювання мети. Метою статті є дослідження теоретичних положень і практичних рекомендацій, спрямованих на дослідження очищення влади (люстрації), як на міжнародному, так і на національному рівні.

Об'єкт дослідження – суспільні відносини, що виникають у зв'язку очищенням влади (люстрації).

Предметом дослідження є очищення влади (люстрація) (на міжнародних матеріалах, національному законодавстві і практиці).

Методами дослідження є положення наукової доктрини, розроблені на основі теорії відображення та теорії пізнання, а також методології системного аналізу. У процесі дослідження

очищення влади (люстрації) на національному та міжнародному рівні ми вдалися до використання діалектичного методу, що ґрунтується на принципах об'єктивності, специфічності, детермінованості, універсального взаємозв'язку та взаємозалежності.

У ході роботи використовуються методи теоретичного та емпіричного дослідження, основними з яких є метод системного підходу, порівняльний метод, формально-правовий метод, методи аналізу та синтезу (індукція та дедукція, аналогія, абстракція, класифікація), метод структурного аналізу, експертне опитування та метод моделювання.

Виклад основного матеріалу дослідження. На території українських земель термін «люстрація» використовувався як джерело вивчення історичної демографії Волині у другій половині XVI – першій половині XVII ст. На той час на Волині існувало три типи землеволодіння – приватне, державне та церковне. Саме в результаті опису державних земельних володінь сформувався такий вид описово-статистичної документації, як люстрація. За таких обставин люстрація стала національним дослідженням економічного та фінансового стану королівств (державних маєтків) з метою отримання детальних доказів стану та результатів функціонування державного майна та прибутку. Саме слово «люстрація» в цей час означає «оглянути» або «вивчити» [1].

Політика люстрації набула поширення у Східній Європі на початку 1990-х років після падіння комунізму, коли більшість посткомуністичних держав у Східній Європі використовували стратегію очищення органів державної влади від колишніх комуністів за допомогою законів про люстрацію. Країни Східної Європи розробили різні підходи до люстрації, а практика, прийнята Німеччиною, Чехословаччиною та Естонією, показала велику різноманітність. В Україні заклики до люстрації вперше прозвучали у 2004 році після Помаранчевої революції та приходу до влади Віктора Ющенка.

У 2014 році, після усунення Віктора Януковича від влади, питання люстрації знову стало актуальним, зокрема, це було однією з вимог учасників Євромайдану.

Необхідно почати з визначення терміну люстрація, оскільки, як відомо, юридична практика (в даному випадку законодавча) та юридична наука пропонують свої способи формування термінів [2].

Так, чинний Закон України «Про очищення влади» прирівнює люстрацію до очищення влади, вкладаючи в останню «заборону певним особам займати певні посади в органах державної влади та місцевого самоврядування» [3].

Ми підтримуємо думку Ю. М. Оборотової та наголошуємо, що загальнотеоретична юриспруденція відповідно до всієї сукупності юридичних наук відіграє консолідуючу роль, оскільки не тільки визначає формування категоріального апарату юриспруденції, а й забезпечує узгодження теорій різних рівнів (галузевого та спеціального) шляхом формування загальнотеоретичних знань та їх методологічного розвитку правової сфери та інститутів держави [4].

Термін «люстрація» походить від латинського *Lustratio*, що має два значення [5]:

- 1) проїзд, обхід, об'їзд;
- 2) очищення через жертву, викуплення.

Таким чином, спочатку термін «люстрація» означав суто релігійний обряд, священне явище, яке не передбачало прямих політичних чи правових наслідків.

Словник іноземних термінів дає подвійне пояснення цього визначення [6]:

- 1) релігійні та магічні обряди, пов'язані з ідеєю їх очищаючої сили та порятунку за їх допомогою від хвороб та інших страждань;

- 2) принцип, який увійшов у сучасну політичну практику ряду країн і пов'язаний із заходами, спрямованими на безумовне виключення з активного суспільного життя та діяльності осіб, які раніше займали керівні посади в різних партійно-державних системах.

У працях зарубіжних дослідників (Н. Леткі, А. Опалінська, М. Кротошинський) люстрація визначається як процес пере-

вірки осіб, які претендують на найвищі державні посади для їх співпраці/роботи зі спеціальними службами [7].

Більшість сучасних дослідників, насамперед І. А. Безклубий, І. В. Кочкодан та ряд інших, виділяють дві основні концепції правової природи люстрації.

Перша концепція тлумачить обмеження люстрації як один із видів спеціальних вимог до певних категорій державних службовців, подібних за своїм характером до професійних вимог (вимоги до освіти та досвіду), віку, місця проживання тощо. Обмеження люстрації, а також інші спеціальні вимоги покликані забезпечити відбір осіб, які зможуть ефективно виконувати покладені на них функції. Оскільки державний службовець виконує важливі державні функції, часто представляючи державу, його лояльність до цієї держави є необхідною умовою, щоб така діяльність приносила користь і державі, і її громадянам. Якщо чиновник не схвалює політичний режим у своїй країні, навряд чи він чесно працюватиме на благо його процвітання.

Ця концепція обґрунтована в доктрині трудового права Західної Німеччини [8, с. 38].

Сахно О. вказує на політико-правову природу люстрації, визначає її як політичну форму легітимації нового державного режиму – демократичного чи тоталітарного. Це не обов'язково здійснюється в жорстких правових рамках, оскільки його метою є переважно ідеологічне протистояння між новою правлячою елітою та старою [9].

Ді Грегоріо А. підкреслює важливість взаємозв'язку між люстрацією та захистом демократичного правопорядку. На думку вченого, люстрація – це один із заходів справедливості в перехідний період, спрямований на ліквідацію лідерів та лідерів старого авторитарного режиму (політична еліта, високопосадовці). Тому інтерес до люстрації та інших поставторитарних заходів пов'язаний з необхідністю підвищення рівня знань про перехід до динаміки демократичних процесів та захист поставторитарних демократій. Практичний досвід показує, що невинішені конфлікти, пов'язані з минулим, можуть перешкоджати демократичній стабілізації країни, незважаючи на зміну режиму [10].

Можна погодитися з думкою К. В. Хлабистою, яка вважає, що в європейському розумінні люстрація є інститутом перехідної справедливості і являє собою процедуру, спрямовану на заборону чиновникам, які представляли колишній режим, займати впливові посади в державі після зміни влади [11, с. 5].

На відміну від більшості посткомуністичних держав у Східній Європі, очищення влади в Україні розпочалося із затримкою більш ніж на двадцять років, що відбулося у подвійній меті таких люстраційних заходів, а саме усунення колишніх радянських лідерів та осіб, причетних до спроби узурпувати владу Віктором Януковичем.

Таким чином, поняття «люстрація» мало довгий шлях розвитку і отримало різні тлумачення, зокрема, воно визначалося як давній ритуальний обряд, фінансова та статистична функція держави, спеціальна перевірка державних службовців чи політична цензура.

У сучасних наукових дослідженнях значення люстрації визначається через: 1) процедури перевірки, 2) розкриття інформації (гласність) і 3) виключення/включення (або інше визначення часткового обмеження) доступу до державних посад у новому штаті для певної категорії осіб.

Аналіз існуючих підходів до сутності люстрації показує поширеність серед дослідників люстрації її європейської концепції. Люстрацію можна вважати одним із дієвих механізмів захисту основ демократії та прав людини. Це також ефективний засіб легітимної зміни політичної еліти. Однак для досягнення цієї мети у процесі її реалізації важливо забезпечити баланс між демократичним суспільством та гарантіями захисту прав та свобод людини та громадянина. Це залежить від існування законодавства, яке відповідало б міжнародним вимогам незалежного державного органу, що забезпечувало б об'єктивний розгляд люстраційних справ та цивільний контроль за їх поведінкою.

Висновки. Складний міжгалузевий характер інституту люстрації викликає неоднозначність у питаннях конкретних методологічних засобів дослідження. Враховуючи різноманіт-

ність концепцій та характеру люстрації, певну увагу, яка вже була приділена цьому інституту в науковій літературі, можна чітко підкреслити різноманітність прийомів, методів та засобів дослідження.

Дослідження у галузі державного управління розглядають два основні підходи до розуміння люстрації. Перший підхід трактує обмеження люстрації як один із видів спеціальних вимог до певних категорій державних службовців, які фактично подібні до професійних вимог, вікових вимог тощо. Другий підхід розглядає обмеження люстрації як санкції, які є елементом механізму відповідальності особи за певні дії.

В Україні люстрація запроваджена як інститут перехідної справедливості, і хоча встановлення недоліків цього інституту та перспективи його впровадження заслуговують окремого дослідження, вже можна констатувати, що такий підхід українського законодавця до розуміння люстрації не відповідає українським реаліям і не буде ефективним очищенням влади.

Ми вважаємо, що для України слід розробити модель люстрації, враховуючи особливості національної правової системи, політико-правову ситуацію та соціально-економічні проблеми.

Список використаних джерел

1. Voluminalegum. Petersburg, 1859. Т. I. S. 286–287.
2. Люстрації королівщин українських земель XVI–XVIII ст. / упор. Р. Майборода. – Київ, 2009. – С. 6.
3. Сорокина Ю. О проблеме юридической терминологии / Сорокина Ю. Российский журнал политологических исследований. – 2015. – № 1. – С. 44.
4. Про очищення влади [Електронний ресурс]: Закон України від 16.09.2014. – URL: gov.ua/laws/show/1682-18 (дата звернення: 05.10.2021). – Назва з екрана.
5. Оборотов Ю. Н. Общетеоретическая юриспруденция – теория государства и права нового времени. Наукові праці Одеської національної юридичної академії. 2009. Том 8. С. 61.
6. Афоничкина Н. В. Категориальный аппарат фундаментальной науки правоведения как инструмент познания в образовательном процессе / Афоничкина Н. В. // Вестник ОГУ. – 2017. – № 3 (109). – С. 4.

7. Юридична енциклопедія / Шемшученко Ю. та ін. – Київ : Укр. енцикл., 2011. – Т. 3: К-М. – С. 133.
8. Митко А. Люстрація в Україні: колізії, досягнення та перспективи. Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки / Митко А. // Міжнародні відносини. – 2017. – № 6. – С. 187–192.
2. Безклубий І. А. Поняття, сутність та правова природа люстрації / Безклубий І. А. // Бюлетень Міністерства юстиції України. – Київ, 2019. – № 8. – С. 32–40.
3. Сахно О. Що таке люстрація? З досвіду країн соціального табору [Електронний ресурс] / Сахно О. – URL : <http://www.lustration.org.ua> (дата звернення: 05.10.2021). – Назва з екрана.
4. Ди Грегорио А. Люстрация в поставторитарных обществах: предложения по классификации с точки зрения сравнительного права / Ди Грегорио А. // Сравнительная политология. – 2014. – № 7. – С. 39.
5. Хлабистова К. В. Інститут люстрації: конституційно-правові засади регулювання та вдосконалення [Електронний ресурс] : дис. ... канд. юрид. н. / Хлабистова К. В. – С. 5, 152. – URL: <http://elar.naiaau.kiev.ua/bitstream/123456789/1947/1/dis%20%28%D0%9A.%D0%92.%D0%A5%D0%BB%D0%B0%D0%B1%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%BE%D0%B2%D0%B0%29.pdf> (дата звернення: 05.10.2021). – Назва з екрана.

УДК 328.185-048.66:37.09

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ЗАПОБІГАННЯ ТА ПРОТИДІЇ КОРУПЦІЇ ЯК НАПРЯМУ СТРАТЕГІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРИ НАДАННІ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ

А. М. Процедімова, магістрантка спеціальності Публічне управління та адміністрування освітня програма «Публічне адміністрування»

Анотація. Досліджується досвід уникнення корупційних ризиків під час надання освітніх послуг. Визначено нормативну базу, яка інколи містить прогалини та різне трактування норм. Аналіз дозволив зробити висновок, що уповноважені органи використовують різноманітні механізми забезпечення реалізації запобігання корупції. Отже, отримання показників зниження корупційних ризиків можливо лише шляхом застосування комплексного підходу.

Ключові слова: протидія корупції, освітня діяльність, анти-корупційне виховання, механізм контролю, антикорупційна стратегія.

Abstract. The experience of avoiding corruption risks in the provision of educational services has been studied. The normative base is defined, which sometimes contains gaps and unequal interpretation of norms. The analysis allowed us to conclude that the authorities use various mechanisms to ensure the implementation of corruption prevention. Therefore, obtaining the results of corruption risk reduction indicators is possible only through the application of an integrated approach.

Key words: anti-corruption, educational activities, anti-corruption education, control mechanism, anti-corruption strategy.

Постановка проблеми та її актуальність. Тема корупції при наданні освітніх послуг давно стала доволі звичною. Наразі спостерігається «осучаснення» передумов, що формують не правомірну вигоду науково-педагогічних працівників і здобувачів освіти. Нами було визначено методи прояву, запобігання, протидії та попередження корупції. Охарактеризовано різні види контролю відповідно до законодавства.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Пошуком ефективних моделей запобігання і боротьби з корупцією займалися провідні вчені, а саме Кононенко К. А., Підбережник Н. В., Павлів О. В., Шпакович М. О.

Формування мети. Метою статті є аналіз офіційної позиції щодо корупційних проявів та встановлення залежності ефективного застосування засобів запобігання та припинення корупційних правопорушень.

Виклад основного матеріалу. Освічене суспільство – це стратегічний ресурс держави, який робить її конкурентоспроможною на світовому ринку. На думку експертів, нинішню ситуацію в українській освітній галузі можна характеризувати як кризову. Не останню роль у цьому відіграє корупційний складник, починаючи з навчальних закладів дошкільного типу і закінчуючи вищими навчальними закладами [1, с. 124].

Відповідно до статті 53 Конституції України кожен має право на освіту. Повна загальна середня освіта є обов'язковою. Держава забезпечує доступність і безоплатність дошкільної, повної загальної середньої, професійно-технічної, вищої освіти в державних і комунальних навчальних закладах; розвиток дошкільної, повної загальної середньої, позашкільної, професійно-технічної, вищої і післядипломної освіти, різних форм навчання; надання державних стипендій та пільг учням і студентам. Громадяни мають право безоплатно здобути вищу освіту в державних і комунальних навчальних закладах на конкурсній основі. Громадянам, які належать до національних меншин, відповідно до закону гарантується право на навчання рідною мовою чи на вивчення рідної мови у державних і комунальних навчальних закладах або через національні культурні товариства [2].

Освіта в Україні здійснюється відповідно до Законів України «Про освіту», «Про дошкільну освіту», «Про загальну середню освіту», «Про професійно-технічну освіту», «Про вищу освіту», іншими нормативно-правовими актами, якими, зокрема вирішуються питання створення мережі навчальних закладів освіти, їх фінансування, оплати праці та встановлення державних соціальних гарантій і пільг для працівників цих закладів.

В останні роки Україна створила відповідні умови для розкриття корупції. Водночас, наслідки цих викриттів широко не повідомлялися вітчизняним ЗМІ. Безперечно, важливо, що лише одна третина молодих людей розглядає корупцію як злочин, третина – як можливість вирішити власні проблеми, а інші вважають, що корупція – це норма у сучасному суспільстві. На наш погляд, корупція в університетах є найнебезпечнішою, оскільки вища освіта – це соціальний інститут, що поєднує потреби психологічного та духовного розвитку, де формуються принципи світової орієнтації, моральні цінності та поведінкові стереотипи. Вчені зазначають, що, крім суто кримінальних аспектів, корупція у закладах вищої освіти характеризується руйнівними соціально небезпечними наслідками: деформується правосвідомість громадян, модифікується та спотворюється

поняття суспільної моралі, відбуваються деструктивні зміни у формуванні особистості молодих людей, знижується духовно-моральний потенціал суспільства [5, с. 53].

Лебелль У. зауважує, що глобальні(міжнародні) освітні системи мають спрямувати свої зусилля на навчання «антикорупціонерів завтрашнього дня», школи та інші навчальні заклади зовсім не повинні бути корумповані сьогодні. Без великої частки чесності і лише за допомогою освіти наші школи та університети не зможуть навчити майбутніх керівників, які проти відмивання грошей [1, с. 123].

Законом України «Про вищу освіту» визначено види контролю у сфері вищої освіти, які включають також профілактичні заходи антикорупційної діяльності, а саме видами контролю є:

- державний нагляд (контроль) за дотриманням закладами вищої освіти незалежно від форми власності та підпорядкування законодавства у сфері освіти і науки та стандартів освітньої діяльності здійснює центральний орган виконавчої влади, що забезпечує реалізацію державної політики у сфері освіти шляхом здійснення державного нагляду (контролю) за діяльністю навчальних закладів;

- громадський контроль у сфері вищої освіти є правом суспільства та окремих громадян, працівників сфері вищої освіти, осіб, які навчаються, органів громадського самоврядування, професійних спілок, організацій роботодавців та їх об'єднань, громадських організацій отримувати у встановленому законодавством порядку доступ до інформації на всіх етапах прийняття рішень у сфері вищої освіти і науки, вносити пропозиції та зауваження до них, погоджувати прийняття визначених законом рішень. Даний контроль здійснюється громадськими об'єднаннями та окремими громадянами на принципах відкритості і прозорості [3].

Складовою частиною антикорупційної стратегії вищого навчального закладу, на нашу думку, повинно стати антикорупційне виховання молоді. Таке виховання дозволяє розвивати ціннісні орієнтації особистості для формування стійкої громадянської позиції щодо такого явища, як корупція. Однак, сис-

тема антикорупційного виховання в Україні повністю ще не сформована, її відсутність негативно позначається на здійсненні правової реформи і побудови громадянського суспільства, стані законності і правопорядку [4, с. 174].

Висновки. Отже, боротьба з корупцією як напрямок стратегічного розвитку освіти, на нашу думку, має супроводжуватися діяльністю у сферах запобігання та безпосереднього виявлення корупційних факторів. Проте обидва вони однаково важливі. Для досягнення цього необхідно активізувати зусилля всіх учасників освітнього процесу. Вважаємо доцільним виділити такі заходи:

З боку керівництва університету – визначити конкретного уповноваженої особи з питань запобігання та виявлення корупції, розробити чітку програму з планом антикорупційних заходів, запровадити дієві механізми контролю якості навчання студентів та викладання. Дисциплін.

З боку науково – педагогічних працівників – запровадити форми контролю за рівнем знань учнів, що виключало б суб'єктивізм; ініціювати регулярні зустрічі студентів з адміністраціями університетів для обговорення питань оптимізації навчального процесу та запобігання корупційним ризикам.

Зі сторони студентської спільноти – до студентського самоврядування включити відповідний моніторинг корупційних ризиків.

Вважаємо, що лише комплекс заходів дозволяє вести ефективну роботу, не допустити подолання корупції у ВНЗ.

Список використаних джерел

1. Кононенко К. А. Корупція в освітній сфері: загроза стратегічного розвитку українського суспільства / К. А. Кононенко, Т. В. Черненко // Стратегічні пріоритети. – 2014. – № 1. – С. 123–128.
2. Конституція України [Електронний ресурс] : Закон України від 28.06.1996 № 30. – URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр#Text>. – Назва з екрана.
3. Про вищу освіту [Електронний ресурс] : Закон України від 1 липня 2014 р. – URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/155618>. – Назва з екрана.

4. Рожанська Н. Корупція у вищій освіті: порівняльний аналіз соціальних уявлень студентів та викладачів ВНЗ півдня України [Електронний ресурс] / Н. Рожанська, О. В. Вольф // Науковий вісник Миколаївського національного університету імені В. О. Сухомлинського. Психологічні науки. – 2016. – № 1. – С. 171–176. – URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmdups_2016_1_31. – Назва з екрана.
5. Скочиляс-Павлів О. В. Організаційно-правові заходи протидії корупції у сфері освіти / О. В. Скочиляс-Павлів // Актуальні проблеми держави і права : зб. наук. пр. / редкол.: С. В. Ківалов (голов. ред.), В. М. Дрьомін (заст. голов. ред.) Ю. П. Аленін [та ін.] ; МОН України ; НУ ОЮА. – Одеса : Юрид. л-ра, 2014. – Вип. 73. – С. 52–58.

УДК 3.08:351]:174

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО РОЗУМІННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ ЕТИКИ ПУБЛІЧНИХ СЛУЖБОВЦІВ

Л. В. Роман, *магістрантка спеціальності Публічне управління та адміністрування освітня програма «Публічне адміністрування»*

Анотація. У даній статті на основі філософії права, теорії публічного управління, теорії адміністративного права, наукових досліджень вітчизняних та зарубіжних вчених проаналізовані теоретичні підходи до розуміння професійної етики публічних службовців. У ході дослідження встановлено, що професійна етика публічного службовця – це складне особистісно-психологічне утворення, що ґрунтується на інтеграції теоретичних знань, практичних умінь та навичок у сфері професійної етики, певного набору особистісних якостей, що визначають етичну чутливість та готовність публічного службовця для здійснення професійної діяльності.

Ключові слова: етика, професійна етика, публічні службовці, культура публічного службовця, етичні стандарти.

Abstract. This article analyzes theoretical approaches to understanding the professional ethics of public servants on the basis of philosophy of law, theory of public administration, theory of administrative law, research of domestic and foreign scientists. The

study found that the professional ethics of a civil servant is a complex personal and psychological formation based on the integration of theoretical knowledge, practical skills and abilities in the field of professional ethics, a set of personal qualities that determine the ethical sensitivity and readiness of a public servant to perform professional activities.

Key words: ethics, professional ethics, public servants, culture of public servant, ethical standards.

Постановка проблеми. Демократичне суспільство – це суспільство, яке визначає, серед іншого, систему обмеження влади. Контроль громадськості, який здійснюється переважно через неурядові організації та засоби масової інформації, є найважливішим чинником моніторингу етичної складової діяльності законодавчої влади протягом усього їхнього перебування на посаді. Внутрішній самоконтроль «професійної» групи, що реалізується через діяльність парламентської опозиції, функціонування парламентських комітетів з етики та (або) за допомогою репутаційних механізмів, також може бути досить ефективним. У будь-якому випадку реалізація таких видів контролю потребує чіткої фіксації стандартів парламентської етики, яка представить громадськості та самим депутатам критерії оцінки поведінки законодавчого органу.

Становлення України як незалежної держави та використання структур та персоналу радянського періоду державного управління підкреслило необхідність розвитку гуманних, демократичних засад державного будівництва. В цих умовах гуманітарний, етичний фактор почав усвідомлюватися вченими та практиками як основа та закономірність суспільного розвитку. Цьому сприяли розвинені демократії, які прагнули допомогти молодій українській державі у її формуванні, а також практика міждержавних відносин, яка ґрунтується на загальнолюдських цінностях та морально-правових засадах.

Аналіз основних досліджень. Дослідженням підходів до визначення професійної етики публічних службовців займалися такі вітчизняні та зарубіжні вчені, як Кириченко С. О., Ковален-

ко В. Л., Майборода С. В., Оболенський О. Ю., Цветков В. В., Щербак А. І. та інші.

Формулювання мети. Метою статті є дослідження теоретичних підходів до розуміння професійної етики публічних службовців.

Виклад основного матеріалу дослідження. Етика публічного службовця – це «виробнича етика». Вона визначає мету, до якої він має прагнути, які державні інтереси захищати, ієрархію цінностей, привілеїв та переваг, що дозволяє формувати дружню громадську думку [1, с. 113].

Поряд із терміном «етика публічних службовців» Цветков В. В. використовує терміни «етика державної служби» та «етика державного управління» як пов'язані та взаємопов'язані поняття. На його думку етика управління діє у трьох вимірах: як етика засобів і цілей, етика визначення та забезпечення суспільних інтересів та етики особистої вигоди за рахунок суспільного блага. Останнє, зазначає автор, особливо процвітає в роки так званої реформи суспільства [1, с. 114].

Як бачимо, у цьому визначенні перший вимір являє собою основну ідею традиційної етики, другий – притаманний радянській етиці, а третій – характеризує аморальну поведінку. Тому розглядати їх як виміри управлінської етики, на нашу думку, є спрощенням і не може бути законним. Хоча, звичайно, автор має рацію, що ці аспекти є предметом уваги етики публічних службовців.

В. В. Цветков наголошує на «політичному забарвленні» етики державного управління як на її рисах, але не розкриває цю тезу. Щодо взаємодії з правовими регуляторами, він відстоює ідею юридичного закріплення моральних норм. «Мораль і право, пише він, тісно переплетені між собою. Вимоги до етичної поведінки чиновників, службовців та громадян, піднесені до рангу верховенства права, мають форму норм державної влади, виконання яких є обов'язковим» [1, с. 106].

Практику нормативно-правового закріплення етичних вимог до поведінки публічних службовців В. Л. Коваленко називає «новою тенденцією правового регулювання поведінки держав-

них службовців» [2, с. 155]. Йому належить один із розділів колективної монографії «Державна служба: організаційно-правові основи та шляхи розвитку», де аналізується проект Кодексу основних правил поведінки державних службовців, розроблений Міністерством юстиції та Головердержслужбою у 1999 році. У листопаді 2000 року був прийнятий концептуально інший документ – «Загальні правила поведінки державних службовців»), який висуває певні ідеї та морально-етичні положення, які мають теоретичне та практичне значення в сучасних умовах.

Професійну етику В. Л. Коваленко визначає як сукупність «правил поведінки державного службовця, за допомогою яких можна оцінити його діяльність з точки зору таких цінностей, як справедливість, чесність, совість, гідність, людяність, чуйність тощо» [2, с. 158].

Давайте проаналізуємо зміст поняття етики публічних службовців у проекті Кодексу, який містить окрему главу з цього питання. По-перше, головна етична цінність та критерій поведінки публічного службовця визначається як «лояльність» до українського народу: «Основним критерієм для державного службовця має бути чесне служіння людям, без актів свавілля тощо» [3, с. 342].

Позитивом проекту є визначення у деяких статтях вимог до організації роботи публічних службовців, що усуває одну з основних причин неетичної поведінки державних службовців, порушень законодавства та зловживань, зокрема відсутність чітких і зрозумілих повноважень за посадою.

Поряд із цими перевагами, проект не усунув ряд суттєвих недоліків у законодавчому закріпленні етичних норм. На нашу думку, позиція В. Коваленка щодо невизнання кожного державного службовця представником держави є хибною.

Ми погоджуємося, що державний службовець без відповідних повноважень не має права давати обіцянки від імені та під відповідальність органів державної влади.

Отже, особа, яка виконує функції держави, не може не бути її представником у тій сфері, в якій вона служить не стільки державі, скільки громадянину та суспільству. По суті, грома-

дянин судить про державу на основі власного досвіду взаємодії та спілкування з конкретним працівником, який надає йому відповідні послуги, і він для нього є уособленням держави. Це особливий професійний статус державного службовця в суспільстві. Питання про можливий стиль поведінки працівника у разі вчинення протиправного та неетичного діяння іншим працівником також не є дискусійним. Пропозиція вважати головним критерієм принципом пріоритету національних інтересів над особистими, за умови, що це не завдає шкоди честі та гідності державного службовця, який вчинив неетичну поведінку є не тільки суперечливий, а й такий, що узаконює подвійні стандарти в оцінці службової поведінки [4, с. 44].

Професійна етика об'єднує два компоненти: етику професійної групи та індивідуальну етику окремого працівника. Етика публічних службовців характеризує «тип моральних відносин», який утверджує ця професійна група у зв'язках з громадськістю. Головною детермінантою її змісту є філософське тлумачення соціальної природи державної служби, що визначає її культурно-гуманістичне призначення – місію в суспільстві.

Складовими елементами етики публічних службовців є місія державної служби, кодекс етичних інституційних принципів та індивідуальних правил професійної поведінки, набір інструментів, що забезпечують ефективність кодексу (інституційні правила, процедури морального дискурсу) та морально-професійні риси, які необхідні для виконання морально-професійного обов'язку. Такі якості характеру визначають стійкі прояви моральної свідомості в поведінці, установках і вчинках працівника. Вони поєднують соціально-типові риси та індивідуальні особливості.

Професійна етика публічного службовця – це складне особистісно-психологічне утворення, що ґрунтується на інтеграції теоретичних знань, практичних умінь та навичок у сфері професійної етики, певного набору особистісних якостей, що визначають етичну чутливість та готовність публічного службовця для здійснення професійної діяльності.

Публічні службовці не повинні надавати жодних неправомірних переваг будь-якій групі осіб або окремій особі, не повинні дискримінувати будь-яку групу осіб чи окремих осіб або іншим чином зловживати своїми повноваженнями. Посадові особи можуть займатися політичною чи іншою діяльністю лише за межами своїх службових обов'язків, виключно відповідно до законів та нормативних актів, а також для того, щоб не підірвати довіру громадськості до неупередженого виконання своїх функцій та обов'язків.

Автор підручника «Державна служба» О. Ю. Оболенський розглядає етику публічних службовців та її становлення в контексті державної служби як культурного інституту суспільства (соціальної організації). На думку автора, аксіомою залишається те, що високий рівень культури державних службовців формує суспільно-політичну систему, яка може гармонізувати відносини між різними верствами населення (з урахуванням їх інтересів та потреб), створює атмосферу взаємодовіри, підтримання позитивного іміджу як специфічної державної установи та державного апарату загалом. «Культурний інститут державної служби» О. Ю. Оболенський визначає через сукупність таких «складових державної служби: правову, інформаційну, управлінську, організаційну, політичну, професійну, етичну, естетичну, педагогічну культуру» [5, с. 266].

Культура державної служби, яка сприяє реалізації основних суспільних цінностей та норм, що характеризують суспільство як нову соціальну систему, залежить від рівня професіоналізму, компетентності, моральних засад публічних службовців. Вона формується в системі організаційної культури, в якій державні службовці усвідомлюють основні чинники нової культури суспільства, розуміють і відчують ступінь відповідальності за майбутнє. Ці фактори лежать в основі нового світогляду, згідно з яким «головне право кожної людини – право на свободу та вибір, право відкривати особисті можливості та забезпечувати їх найкращу реалізацію у сфері її соціальних інтересів» [5, с. 271].

Визначальними факторами ефективності процесу формування культури публічного службовця є особисті фактори

(культурні та професійні орієнтації, рівень освіти, соціальне походження тощо), якість керівника організації (моральна позиція, особисті моральні якості), свідомі дії, моральний клімат в організації.

Описуючи етичні стандарти публічного службовця, О. Ю. Оболенський, як і С. І. Дубенко, звертається до зарубіжного досвіду. Він визначає зміст і сутність етики державного службовця. Це система норм поведінки, процедур і правил, відносин і принципів у відносинах державної служби, які є сукупністю найбільш підходящих, глибоко усвідомлених і конкретизованих, які належать цьому суспільству і є нормами загальнолюдської моралі [5, с. 283]. Її сутність розкривається в етичному кодексі, який конкретизує вимоги загальнолюдської моралі відповідно до специфіки службової діяльності, надзвичайних обов'язків та повноважень. Співвідношення етичних та правових регуляторів професійної діяльності та поведінки державних службовців відображає одну з методологічних основ сучасного демократичного державного управління та професійної етики публічних службовців. Тому не випадково ця проблема є предметом окремого дослідження українських та зарубіжних науковців. Проблеми етики публічних службовців аналізуються у монографічних дослідженнях з питань державного управління.

Так, зокрема, монографія викладача С. В. Майбороди «Державне управління вищою освітою в Україні: структура, функції, тенденції розвитку (1917–1959 рр.)» розкриває концептуальні ідеї державного управління вищою освітою в різних суспільно-політичних умовах. Особливістю дослідження є те, що воно побудоване на принципах об'єктивного, етичного та гуманістичного підходу, на новій парадигмі державного управління, на антропологічних цінностях [6, с. 244].

З точки зору досліджуваної проблеми, заслуговують на увагу висновки С. Майбороди щодо гуманізації освіти та управління нею. По-перше, автор зазначає, що в системі державного управління освітнім сектором у досліджуваний період «відбувалося явище фетишизації загальноновизнаних необхідних і фундамен-

тальних принципів гуманізації, єдності, колегіальності» [6, с. 245].

У наш час, справедливо зазначає дослідник, гуманізація суспільних відносин і, насамперед, у сфері управління – це не просто етично привабливе гасло, а нагальна потреба. У системі управління освітою орієнтація на розвиток індивідуальних можливостей особистості поєднується з її залученням до національної та світової культури і не лише до готових, хоч і найцінніших результатів, а й до діалогічного процесу її створення. По-друге, вирішення проблеми гуманізації освіти автор пов'язує з діалогічною формою її реалізації. По-третє, у демократичному процесі управління головним «має бути формування правового, відповідального типу взаємодії між керівництвом та підлеглими, подолання безсилля останніх». Демократія передбачає процес налагодження суспільних відносин співробітництва, «заснованих на організації, найсуворішій дисципліні та підпорядкованості; означає багаторівневу систему відповідальності всіх без винятку: від підлеглих до керівника [6, с. 246].

Висновки. Отже, професійна етика публічного службовця – це складне особистісно-психологічне утворення, що ґрунтується на інтеграції теоретичних знань, практичних умінь та навичок у сфері професійної етики, певного набору особистісних якостей, що визначають етичну чутливість та готовність публічного службовця для здійснення професійної діяльності.

Професійна етика публічних службовців складається з:

- теоретичних знань етичних принципів професійної діяльності;
- сутності, специфіки, основних принципів та норм етики публічної служби;
- основних положень етичних кодексів державних службовців, сутності та особливостей етичної інфраструктури державної служби;
- практичних навичок та вміння виконувати професійну діяльність, що відповідає нормам та вимогам професійної етики;
- дотримання моральних принципів та професійно-етичних норм під час прийняття та реалізації управлінських рішень, взаємодії з громадянами та колегами;

– застосування алгоритмів етично коректного вирішення конфліктів, дії у ситуаціях, пов'язаних з корупційними ризиками;

– набору особистих якостей: чесність, відповідальність, справедливість, доброзичливість, толерантність, тактовність, старанність тощо.

Список використаних джерел

1. Цветков В. В. Дисциплина и ответственность в аппарате государственного управления / Цветков В. В., Щербак А. И. – Київ : Наук. думка, 1985. – 223 с.
2. Коваленко В. Л. Правове регулювання поведінки державних службовців: нові тенденції / Коваленко В. Л. / Державна служба в Україні: організаційно-правові основи і шляхи розвитку / за заг. ред. В. Б. Авер'янова. – Київ, 1999. С. 155–181.
3. Князев В. Філософсько-методологічні засади державно-управлінських рішень / Князев В., Бакуменко В. // Вісн. УАДУ. – 2000. – № 2. – С. 341–358.
4. Кириченко С. О. Шляхи формування громадянського суспільства і правової держави / Кириченко С. О. – Київ : Логос, 1999. – 88 с.
5. Оболенський О. Ю. Державна служба : навч. посіб. / Оболенський О. Ю. – Київ : КНЕУ, 2003. – 344 с.
6. Майборода С. В. Державне управління вищою освітою в Україні: структура, функції, тенденції розвитку (1917–1959 рр.) : монографія : / Майборода С. В. – Київ : Вид-во УАДУ, 2000. – 308 с.

УДК 341.1/8

МІЖНАРОДНЕ ПРАВОПОРУШЕННЯ ЯК ПІДСТАВА ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПРИ ЗДІЙСНЕННІ МІЖНАРОДНОЇ ПУБЛІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: ПОНЯТТЯ ТА ВИДИ

Ю. А. Тесля, студентка спеціальності Публічне управління та адміністрування освітня програма «Публічне адміністрування»

А. П. Баранов, к. держ. упр., доцент кафедри правознавства – науковий керівник

Анотація. У статті запропоновано визначення категорії «міжнародне правопорушення». Розглянуто його основні озна-

ки. Визначено склад міжнародного правопорушення, а саме об'єкт такого правопорушення, його об'єктивну сторону, суб'єкт та суб'єктивну сторону. Приведено класифікацію міжнародних правопорушень на підставі окремих критеріїв. Зауважено на важливості визначення об'єкту міжнародного правопорушення для їх поділу на види та виокремлення найбільш небезпечних – міжнародних злочинів. Приведено ключові ознаки міжнародних злочинів та їх види.

Ключові слова: міжнародне правопорушення, делікт, міжнародний злочин, злочин міжнародного характеру, міжнародно-правова відповідальність.

Abstract. The article defines the category of “international offense”. Its main features are considered. The composition of the international offense is determined, namely the object, the objective side, the subject and the subjective side of the offense. The classification of international offenses on the basis of separate criteria is resulted. The importance of defining the object of an international offense for their division into types and isolation of the most dangerous – international crimes is noted. The key features of international crimes and their types are given.

Key words: international offense, international crime, tort, crime of international character, international legal responsibility.

Постановка проблеми. Міжнародно-правова відповідальність та визначення міжнародного правопорушення, як фактичної підстави такої відповідальності, є, наразі, недостатньо дослідженими та вкрай дискусійним. Проте, враховуючи наростаючу нестабільність на міжнародній політичній арені, обрана для дослідження тема набуває неабиякої актуальності та виходить в центр професійного дискурсу.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Категорію міжнародного правопорушення у своїх працях розглядали С. С. Андрейченко, В. Ф. Антипенко, М. М. Антонович, М. О. Баймуратов, Ю. Ю. Блажевич, М. В. Буроменський, К. А. Важна, В. А. Василенко, Л. Г. Гусейнов огли, В. Н. Денисов, А. І. Дмитрієв, О. В. Задорожній, Н. А. Зелінська, Т. Р. Короткий, І. І. Лукашук, В. В. Мицик, М. І. Пашковський,

В. М. Репицький, Є. Л. Стрельцов, Г. О. Христова та інші вітчизняні правники.

Формування мети. Метою роботи є аналіз поняття «міжнародне правопорушення» та встановлення його видів.

Виклад основного матеріалу дослідження. У міжнародно-правовій доктрині відсутня єдність підходів до визначення категорії «міжнародного правопорушення». Міжнародний правопорядок включає в себе найрізноманітніші відносини, що складаються в результаті співпраці держав та міжнародних організацій на основі міжнародно-правових норм. Оскільки міжнародні правопорушення незалежно від їх конкретного змісту спрямовані проти нормальних відносин суб'єктів міжнародного права, вони в тій чи іншій мірі підривають сам міжнародний правопорядок. Правовим регулюванням охоплені далеко не всі суспільні явища міжнародного життя, внаслідок чого не всі порушення інтересів тих чи інших суб'єктів міжнародних правових відносин і нанесення їм шкоди можуть розглядатися як правопорушення, що тягне за собою заходи міжнародно-правової відповідальності. Однак деякі вчені вважають правопорушеннями будь-які дії, які шкодять інтересам відповідних суб'єктів міжнародного права.

У широкому значенні дослідники визначають міжнародне правопорушення як міжнародно-протиправне діяння суб'єкта міжнародних правовідносин, у якому містяться ознаки складу міжнародного правопорушення [1, с. 147].

Як відмічає Г. А. Ожегова, є міжнародними правопорушеннями також порушення ключових принципів міжнародного права, тобто основоположних, універсальних і загальновизнаних правил поведінки суб'єктів міжнародного права. Оскільки основні принципи утворюють ядро міжнародного права, їх порушення зачіпає міжнародний правопорядок навіть більшою мірою, ніж порушення окремих міжнародних договорів [2, с. 38].

Отже, міжнародні правопорушення – це дії (бездіяльності), спрямовані в кінцевому підсумку проти відносин, закріплених в нормах міжнародного права. Їх об'єктом будуть суспільні відносини, врегульовані нормами міжнародного права.

Для цілей дослідження пропонуємо міжнародне правопорушення визначати як дію/бездіяльність суб'єкта міжнародного права, результатом якої є порушення норми міжнародного права та міжнародних зобов'язань цього суб'єкта, та нанесення іншому суб'єкту чи групі суб'єктів або ж всьому міжнародному співтовариству в цілому шкоди матеріального чи нематеріального характеру.

З наведеного визначення можна виокремити наступні ознаки міжнародного правопорушення:

- міжнародна суспільна небезпека;
- протиправність діяння;
- наявність причинного зв'язку між діянням та тими шкідливими наслідками, які наступили;
- карність.

Під міжнародною суспільною небезпекою розуміють можливість міжнародного правопорушення зашкодити відносинам, що охороняються міжнародним правом. Протиправність як ознака правопорушення обумовлюється порушенням правил поведінки, що є обов'язковими та закріплюються у міжнародно-правових актах. Важливою ознакою правопорушення є наявність між діянням та наслідками причинно-наслідкового зв'язку, адже саме він дає можливість з'ясувати, що шкода завдана саме міжнародним правопорушенням. Карність правопорушення є його правовим наслідком.

Міжнародне правопорушення має свій склад, який включає об'єкт такого правопорушення, його об'єктивну сторону, суб'єкт та суб'єктивну сторону.

Об'єктом міжнародного правопорушення є певні блага матеріального або ж нематеріального характеру, на які є міжнародне правопорушення зазіхає (міжнародний правопорядок, система міжнародних відносин, що склалися, права і свободи людини, тощо) [23, с. 148].

Виділення об'єкта в якості елемента складу розглядуваного виду правопорушення має особливе значення в плані виокремлення із загальної категорії міжнародних правопорушень найбільш небезпечних і тяжких діянь – міжнародних злочинів,

безпосереднім об'єктом яких є відносини з приводу міжнародної безпеки, права народів на самовизначення, захисту людської особистості, захисту навколишнього середовища тощо. Для міжнародних правопорушень характерно наступне: наслідки цих правопорушень виходять за рамки окремої держави і, таким чином, зазіхають не тільки на національний, а й на міжнародний правопорядок.

Об'єктивна сторона правопорушення це те діяння суб'єкта міжнародних відносин, яке порушує його відповідні міжнародно-правові зобов'язання. Заслуговує на серйозну увагу питання про встановлення самого факту порушення міжнародного зобов'язання або наявності конкретного протиправного діяння, його ознак. На сьогоднішній день процедура і способи, що застосовуються для встановлення цього факту, залишаються вельми не визначеними. У своїй практиці держави використовують різні механізми, способи встановлення таких фактів: односторонні дії (спостереження, дипломатичні канали); використання даних контрольних органів, комісій з розслідування тощо [2, с. 39].

Суб'єктами правопорушень, що розглядаються, можуть бути основні суб'єкти міжнародного права. Окремі дослідники акцентують, що суб'єктами міжнародних правопорушень виступають головним чином держави, при цьому вважається, що у разі вчинення міжнародного правопорушення іншими окрім держави суб'єктами (за виключенням міжнародних організацій) відповідальність в підсумку буде нести держава, адже:

- держава несе відповідальність за дію законодавчого органу у випадку прийняття ним закону або іншого нормативного акту, що суперечить з міжнародними зобов'язаннями держави;
- держава також несе відповідальність за діяння своїх виконавчих органів;
- держава несе відповідальність за порушення її міжнародних зобов'язань судовими органами;
- держава несе відповідальність за протиправну поведінку власних адміністративно-територіальних одиниць а також організацій, що уповноважених виконувати державно-владні функції;

– міжнародно-правову відповідальність держава несе і у випадку коли її фізична особа, яка не володіє офіційним державним статусом, своїми діями зазіхає на права та інтереси іншої держави, охоронявані міжнародним правом, – за не забезпечення захисту вказаний прав та інтересів [1, с. 148–149].

Суб'єктивна сторона правопорушення, що розглядається, відображає відношення правопорушника до вчиненого ним діяння та наслідків і виявляється у формі провини. Однак в міжнародноправовій доктрині єдність позицій з даного приводу відсутня.

Міжнародні правопорушення неоднакові за своєю спрямованістю і ступеня тяжкості, у зв'язку з чим набуває особливого значення їх класифікація.

Дослідники пропонують різні класифікаційні критерії. Так, якщо в основі класифікації знаходиться об'єкт міжнародного правопорушення, їх можна класифікувати на такі види:

- правопорушення, що посягають на національний правопорядок;

- правопорушення, що посягають на інтереси світового співтовариства в цілому або інтереси кількох держав, т. е. міжнародні відносини і міжнародний правопорядок [2, с. 36].

Для класифікації міжнародних правопорушень можна взяти за основу їх суб'єктний склад, розділивши їх на правопорушення, вчинені фізичними особами або державою; можна класифікувати за мотивами або цілям правопорушника, тобто виходячи з того, чи міститься в них політичний елемент. Іншим критерієм класифікації може бути час вчинення правопорушення: військовий або мирний.

Проте найбільш поширеною є класифікація міжнародних правопорушень саме за рівнем їх суспільної шкідливості. Проте навіть за єдиним критерієм підходи до класифікації за ним зустрічаються досить відмінні.

Вважаємо за доцільне в загальнородовому понятті «міжнародне правопорушення» виокремити наступні три види:

- міжнародний злочин;

- злочин міжнародного характеру;
- міжнародний делікт.

Нормативне визначення категорія «міжнародний злочин» отримала шляхом закріплення в Статуті Міжнародного Військового Трибуналу [3], невід'ємної частини Угоди між СРСР, США, Великобританією і Францією про судове переслідування і покарання головних військових злочинців європейських країн від 8 серпня 1945 року. Міжнародними злочинами є такі міжнароднопротиправні діяння, які порушують міжнародні зобов'язання, основні для забезпечення життєво важливих інтересів міжнародного співтовариства, та розглядаються як злочини загалом міжнародним співтовариством (наприклад, апартеїд, агресія, геноцид, расизм, рабство найманство тощо). Окрім того, Комісія висловила попередню думку щодо наслідків зазначеного розподілу міжнародноправових діянь: у разі вчинення злочину пред'явити претензії правопорушнику може будь-яка держава чи група держав, а у випадку правопорушення – тільки постраждала держава.

Аналогічне до вищеприведеного визначення міжнародного злочину приводять також Я. М. Жукорська та Л. М. Дранчук [4, с. 150], при цьому дослідники зазначають, що питання віднесення тих чи інших протиправних діянь до міжнародних злочинів розкрито в Римському статуті Міжнародного кримінального суду 1998 року [5]. До таких злочинів Римським статутом віднесено:

- злочини геноциду;
- злочини проти людяності;
- військові злочини;
- злочини агресії [5].

До основних ознак міжнародного злочину як виду міжнародного правопорушення належать наступні:

- вчиняється державами чи їх посадовими особами, які використовують механізм держави у злочинних цілях, а також окремими рядовими виконавцями;
- вчиняється від імені держави;

- зазіхає на міжнародний мир та безпеку;
- становлять загрозу основам міжнародного правопорядку;
- спричиняє відповідальність держави як суб'єкта міжнародного права і персональну кримінальну відповідальності виконавців, що наступає в рамках міжнародної, а в деяких випадках внутрішньодержавної (національної) юрисдикції [2, с. 151].

Окремо вирізняють злочини міжнародного характеру, тобто діяння фізичної особи, які посягають на права та інтереси двох або більше держав, міжнародних організацій, фізичних чи юридичних осіб. Основними ознаками злочинів міжнародного характеру є наступні:

- вони стосуються інтересів двох чи більше держав, юридичних осіб і/або громадян;
- вчиняються фізичними особами (поза політичним зв'язком з державою);
- спричиняють персональну відповідальність правопорушника у рамках національної юрисдикції [2, с. 152].

До злочинів міжнародного характеру відносять, наприклад, зазіхання на осіб, які користуються міжнародним захистом, захоплення заручників, незаконне захоплення повітряних суден тощо.

За залишковим принципом, правопорушення, які не увійшли у вищезазначені дві групи визнаються міжнародними деліктами [6]. Основними ознаками даної групи є те, що вони:

- не мають характеру злочинів та не мають такої суспільної небезпеки як міжнародні злочини та злочини міжнародного характеру;
- здійснюються будь-якими суб'єктами міжнародних правовідносин, що порушують норми міжнародного права;
- спричиняють відповідальність суб'єктів, виражену у формі самообмежень, що впливають у результаті офіційного визнання протиправності поведінки суб'єкта [2, с. 153].

До деліктів, серед іншого, відносять: недотримання державою власних односторонніх зобов'язань; невиконання рішення міжнародного арбітражу або суду; порушення державою договірних зобов'язань, які не мають основного значення.

Висновки. Насправді міжнародне правопорушення – категорія більш широка, ніж її зазвичай розглядають. В даний час міжнародні відносини переросли рамки міждержавних відносин. Міжнародні відносини та пов'язані з ними правопорушення регулюються нормами міжнародного публічного права. Міжнародне правопорушення – це складне, соціальне і правове явище, елементами якого виступають: протиправність, вина правопорушника, причинний зв'язок між діянням і заподіяною шкодою. У міжнародному праві немає конкретного переліку правопорушень, так само як не існує загальновизнаних, чітко встановлених заходів відповідальності в залежності від характеру конкретних порушень міжнародно-правових норм. Разом з тим міжнародні правопорушення неоднакові за своєю спрямованістю і ступеня тяжкості, у зв'язку з чим набуває особливого значення їх класифікація.

Список використаних джерел

1. Міжнародне право : навч.-метод. пос. для студентів юридичного факультету / уклад. К. Ю. Фіщенко, В. Х. Ярмачі, М. К. Гопич. – Одеса : ОДУВС, 2015. – 286 с.
2. Ожегова Г. А. Объекты правонарушений в международном праве / Ожегова Г. А. // Вестник Самарской гуманитарной академии. Серия «Право». – 2007. № 1. – С. 36–42.
3. Устав Международного военного трибунала для суда и наказания главных военных преступников европейских стран оси от 08.08.1945 [Електронний ресурс]. – URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/998_201#Text (дата звернення 03.10.2021). – Назва з екрана.
4. Жуковська Я. М. Міжнародні злочини: правова природа та проблеми класифікації / Жуковська Я. М., Дранчук Л. М. // Право і суспільство. – 2016. – № 3 ч. 2. – С. 149–154.
5. Римський статут Міжнародного кримінального суду 1998 року. – URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_588#Text (дата звернення 03.10.2021). – Назва з екрана.
6. Відповідальність у міжнародному публічному праві (лекція № 5) [Електронний ресурс]. – URL: https://moodle.znu.edu.ua/pluginfile.php?file=/565592/mod_resource/content/1/%d0%9b%d0%b5%d0%ba%d1%86%d1%96%d1%8f_5_%d0%92%d1%96%d0%b4%d0%bf%d0%b

УДК 351:342.34]:004

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ЕЛЕКТРОННОГО УРЯДУВАННЯ ТА ЕЛЕКТРОННОЇ ДЕМОКРАТІЇ

Р. Ю. Юрченко, магістр спеціальності *Публічне управління та адміністрування освіти* програма «Публічне адміністрування»

О. О. Кульчій, к. ю. н., доцент – науковий керівник

Анотація. У статті надано правовий аналіз підходів до розуміння термінів електронне урядування та електронна демократія. Подано загальну характеристику цих понять. Проаналізовано ключові аспекти та форми електронної демократії в Україні.

Ключові слова: електронне урядування, електронна демократія, інформаційне суспільство, інформаційно-комунікаційні технології, електронна петиція, публічне управління.

Abstract. The article provides a legal analysis of approaches to understanding the terms e-government and e-democracy. The general characteristic of these concepts is given. The key aspects and forms of e-democracy in Ukraine are analyzed.

Key words: e-governing, e-government, information society, information and communication technologies, e-petition, public management.

Постановка проблеми. Питання засад та форм проявів електронного урядування та електронної демократії, наразі є дискусійним та недостатньо дослідженим. Але зважаючи на нестабільність правової системи, обрана для дослідження тема набуває особливої актуальності.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Науково-теоретичною базою дослідження є праці таких науковців та вчених, як Абраменко Ю., Жрагомирецької Н., Спасібов Д. та ін. Також значну увагу проблемі дослідження дискреційних повноважень присвятили: Барікова А., Нижній Т. та інші.

Формулювання мети. Мета цієї роботи полягає в дослідженні концептуальних засад електронного урядування та електронної демократії.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розвиток електронного урядування є одним з найважливіших аспектів розвитку країни, оскільки він може не тільки значно оптимізувати видатки бюджету, але й збільшити швидкість прийняття управлінських рішень та прискорити процес управління, що безпосередньо впливає на країну розвитку.

Запровадження електронного урядування пов'язана зі змінами моделі уряду, впровадженими багатьма розвиненими країнами наприкінці XX століття, що робить його достатнім для того, щоб впоратися з інформаційними, екологічними, економічними та соціальними завданнями.

Термін «електронне урядування» було вперше використано у 1997 році. Ініціатором виступив Національний науковий фонд США для визначення нової адміністративної реформи, яка була покликана для впровадження державного менеджменту та широкого застосування інформаційно-комунікаційних технологій у державному управлінні, переважно в органах виконавчої влади [3].

Вважається, що найповнішу та найважливішу систему впровадження та використання електронного урядування реалізовано в Сінгапурі, Естонії [2] та США. Крім того, у становленні електронного урядування активно брали участь Канада, Південна Корея, Японія, Австралія, Фінляндія й Швеція.

У лютому 1997 року уряд США ініціював програму «Покращити уряд за допомогою нових технологій». У 2000 році він започаткував проєкт FirstGov, який об'єднав близько 20 000 урядових веб-сайтів усіх рівнів [3]. Проєкт реалізовувався в кілька етапів: до 2002 року виконувалися прості операції (наприклад, видача посвідчення водія, заповнення деяких електронних документів). Далі був створений єдиний веб-сайт електронного уряду, що дозволяє спілкуватися американцям онлайн з федеральним урядом та урядами штатів і міст. На сьогодні ця система охоплює майже 80% всіх установ.

Сінгапур став першою країною, яка запустила великий урядовий портал e-Citizen у 1999 році. Портал підтримує кілька розділів, а саме: бізнес, оборону, освіту, зайнятість, охорона здоров'я, житло, правопорядок тощо [1].

Драгомирецька Н. та Спасібов Д. визначають, що електронне урядування – це взаємозв'язок між урядом та громадянами з використанням інформаційно-комунікаційних ресурсів для розв'язання конкретних проблем [2, с. 36].

Варто зазначити, що з терміном «електронне урядування» тісно пов'язане поняття «електронна демократія». Останнє ґрунтується на прозорості, відкритості, рівності, а основна мета передбачає залучення громадян до вирішення важливих питань за допомогою електронних технологій.

Тому електронне урядування впроваджується в рамках електронної демократії, а його основні принципи є основою діяльності уряду. Уряд повинен враховувати основні принципи демократичного розвитку шляхом використання у своїй роботі новітніх комп'ютерних технологій.

Усе більш популярною в українському суспільстві формою електронної демократії стає електронна петиція.

На сьогодні однією з основних проблем є недостатнє розуміння громадянами правил використання е-петиції. На практиці користувачі часто використовують е-петицію як «інструмент маніпуляцій» або для власного інтересу. Нерідко зустрічаються випадки використання е-петиції задля жарту та поширення його в соціальних мережах. Варто також зазначити, що існують деякі труднощі у процесі самої реєстрації.

На нашу думку, варто встановити на законодавчому рівні відповідальність за порушення правил використання е-петицій.

Крім того, важливою проблемою в електронному урядуванні залишається низький рівень технічної грамотності та рівень обізнаності в сервісах електронного урядування.

Отже, з початком розвитку інформаційно-комунікаційних технологій все частіше використовуються електронні демократичні засоби з метою розширення можливостей громадян брати участь у процесі державотворення та громадського управління.

З електронним урядуванням тісно переплітається електронна демократія, що є формою суспільних відносин, в якій громадяни та організації беруть участь у національному будівництві, державному управлінні та місцевій автономії шляхом широкого використання інформаційних та комунікаційних технологій.

На нашу думку, важливим завданням на сьогодні є розроблення відповідальності за порушення форм електронної демократії та включення відповідних змін до законодавства. Окреслені напрями сприятимуть наближенню якості створення е-петиції та слугуватимуть одним з інструментів для розв'язання проблем громадян.

Список використаних джерел

1. Абраменко Ю. Ю. Зарубіжний досвід е-урядування та проблеми його імплементації в Україні [Електронний ресурс] / Ю. Ю. Абраменко, І. А. Чикаренко // Публічне адміністрування: теорія та практика: електронний збірник наукових праць. – Вип. 2 (2) / 2016. – URL: <http://www.dridu.dp.ua/zbirnik/2016-02/09ayupiu.pdf>. – Назва з екрана.
2. Барікова А. А. Електронна держава: нова ефективність урядування : [монографія] / А. А. Барікова. – Київ : Юрінком Інтер, 2016. – 224 с.
3. Нижній Т. В. Теоретичні засади електронного урядування [Електронний ресурс] / Т. В. Нижній // Інвестиції: практика та досвід. – 2017. – № 20. – С. 112–116. – URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ipd_2017_20_25. – Назва з екрана.

УДК 351.94:364.3-23-021.321:352/354

МЕЖИ СУДОВОГО КОНТРОЛЮ ЗА РЕАЛІЗАЦІЮ ДИСКРЕЦІЙНИХ ПОВНОВАЖЕНЬ ОРГАНУ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ

***А. Г. Явдоченко**, магістр спеціальності Публічне управління та адміністрування освіти програма «Публічне адміністрування»*

***Г. В. Лаврик**, д. ю. н., професор – науковий керівник*

Анотація. У статті здійснено правовий аналіз підходів до розуміння меж реалізації дискреційних повноважень органами

публічного управління. Подано загальну характеристику меж судового контролю дискреційних повноважень. Проаналізовані критерії судового контролю адміністративною дискрецією.

Ключові слова: межі дискреційного повноваження, дискреційне повноваження, судовий контроль, орган публічної влади, адміністративна дискреція, критерії судового контролю.

Abstract. The article provides a legal analysis of approaches to understanding the limits of the exercise of discretionary powers by public administration bodies. The general characteristic of limits of judicial control of discretionary powers is given. Criterion of judicial control by administrative discretion are analyzed.

Key words: limits of discretionary power, discretionary power, judicial control, public authority, administrative discretion, criteria of judicial control.

Постановка проблеми. Питання меж судового контролю за реалізацією дискреційних повноважень, наразі є дискусійним та недостатньо дослідженим. Але зважаючи на нестабільність правової системи, обрана для дослідження тема набуває особливої актуальності.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Науково-теоретичною базою дослідження є праці таких науковців, як Ільницький О., Бевзенко В. М., Константний О. В., Ткач Г. Й. Значну увагу проблемі дослідження дискреційних повноважень присвятили Венгер В. М., Бойчук М. І. та інші вчені.

Формулювання мети. Мета цієї роботи полягає в дослідженні меж судового контролю за реалізацією дискреційних повноважень органу публічної влади.

Виклад основного матеріалу дослідження. Функціонування органів державної влади та здійснення їх дискреційних повноважень мають підлягати досить жорстким нормам та внутрішньому контролю. Водночас динамічний розвиток суспільних відносин, процеси глобалізації та розвиток інформаційно-комунікаційних технологій створюють нові виклики для розробки та впровадження правових механізмів меж адміністративного розсуду [3, ст. 41].

Межі адміністративної дискреції виражаються у праві органу державної влади приймати рішення у кожному конкретному випадку. Межі інформують суб'єкта правозастосування про можливість вибору рішення. Водночас, необхідно розрізняти межі суб'єктивного права на дискреційні повноваження та межі його застосування. Якщо перші встановлюють допустиму норму свободи у змісті певного права (можливості), то другі обмежують діяльність (реальність) [2, с. 114].

При здійсненні контролю за дискреційними повноваженнями органу публічної влади суд перевіряє їх на предмет наявності чи відсутності таких порушень:

- чи було перевищення межі адміністративної дискреції;
- чи є протиправним невикористання дискреційного повноваження;
- чи не має помилки у використанні дискреційного повноваження (коли суб'єкт владних повноважень не керується принципами наданого повноваження чи виходить у процесі прийняття рішення з причин та обставин, що не мають відношення до справи);
- чи не порушило рішення дискреції конституційні права та принципи громадянина [5, 6].

Частина 2 статті 55 Кримінального кодексу України гарантує захист у суді без будь-яких обмежень, однак використання нечітких понять може бути виключено з судового контролю (наприклад, «надійність»).

Частина 3 статті 2 Кодексу адміністративного судочинства України передбачає обмежений судовий контроль: коли перевіряється, чи дискреційне право було використано з певною метою, якщо воно мінімально заважає правам особи, судовий контроль мінімальний – суд перевіряє, чи стосуються адміністративні дії цієї конкретної ситуації та чи були дотримані відповідні повноваження, а контроль за суто правовою кваліфікацією обставин справи не здійснюється.

Критерії перевірки діяльності державного управління, встановлені Кодексом адміністративного судочинства України,

зокрема, включають: мету, з якою надається право на розсуд, об'єктивність перевірки доказів у справі; суспільний інтерес, щодо якого здійснюється дискреційний розсуд; зміст конституційних прав і свобод особистості [6].

Зазначимо, що адміністративні суди перевіряють правильність застосування акту, та, відповідно, скасовують дискреційний акт в разі порушення вимог, зазначених у статті 2 Кодексу адміністративного судочинства України: використання повноважень для потреб, на які ці повноваження були надані; обґрунтованість рішення (дія, бездіяльність); дотримання принципу рівності перед законом; неупередженість.

Щодо захисту від незаконного неодноразового (за наявності дійсного судового рішення про зобов'язання здійснювати дискреційні повноваження) ухилення від здійснення цих повноважень, то пропонується допустимість такого способу захисту, як обов'язок відповідача вчинити дії, які стали предметом судового позову – прийняти рішення або вжити заходів, визначених законом суб'єкта влади [4, с. 110].

Однак існує протилежна думка: якщо суб'єкт владних повноважень ігнорує таке рішення суду, вирішальна роль відводиться механізму примусового виконання визнаних судом обґрунтованих, законних вимог позивача (наприклад, примусу влади, особливо колегіальні – Верховна Рада України до прийняття відповідного акта). Це потребує запровадження в Україні ефективного механізму відповідальності осіб, які не приймають урядових управлінських рішень або не вживають відповідних заходів для виконання рішень адміністративних судів, або неналежно (частково) виконав рішення суду [1, с. 198].

Висновки. Таким чином, до критеріїв судового контролю за впровадженням дискреційних повноважень належать критерії перевірки діяльності державного управління, встановлені Кодексом адміністративного судочинства України, мета яких передбачає дискреційне посилення, об'єктивність доказів у справі, принцип неупередженості; суспільний інтерес, щодо якого застосовуються дискретні повноваження; якість визна-

чення у дискреційному рішенні доводів, причини його прийняття.

Список використаних джерел

1. Бевзенко В. М. Межі процесуального розсуду адміністративних судів у справах про повернення помилково та/або надміру (сплачених) зарахованих до бюджету митних платежів / В. М. Бевзенко // Адміністративне право і процес. – 2014. – № 4 (10) – С. 193–211.
2. Бойчук М. І. Сутність меж і обмежень дискреційних повноважень органів внутрішніх справ в контексті принципу верховенства права / М. І. Бойчук // Форум права. – 2012. – № 1. – С. 112–121.
3. Венгер В. М. Межі адміністративної дискреції: проблеми визначення / В. М. Венгер // Наукові записки НаУКМА. – 2016. – Т. 181. Юридичні науки. – С. 38–42.
4. Ільницький О. Обрання способу судового захисту у справах із використанням дискреційних повноважень суб'єктами публічної адміністрації / О. Ільницький // Підприємництво, господарство і право. – 2017 – № 4. – С. 108–113.
5. Константий О. В. Захист прав фізичних та юридичних осіб в адміністративному судочинстві: проблеми теорії і практики. / О. В. Константий // Національний юридичний університет України імені Ярослава Мудрого. – Харків. – 2015. – 415 с.
6. Ткач Г. Й. Забезпечення прав громадян в процесі реалізації дискреційних повноважень публічної адміністрації [Електронний ресурс]. – URL: <http://pravoznavec.com.ua/period/article/18190/%C3>. – Назва з екрана.

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ КОМП'ЮТЕРНІ НАУКИ

Освітня програма «Комп'ютерні науки»

УДК 004.4+510.6

СТВОРЕННЯ ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТРЕНАЖЕРА «МЕТОД РЕЗОЛЮЦІЙ» ДИСТАНЦІЙНОГО КУРСУ «МАТЕМАТИЧНА ЛОГІКА»

*С. В. Алексов, магістр спеціальності Комп'ютерні науки
освітньої програми «Комп'ютерні науки»*

Т. О. Парфьонова, к. ф.-м. н., доцент – науковий керівник

Анотація. Розглянуто опис програми тренажеру та алгоритм на тему «Метод резолюцій» дистанційного курсу «Математична логіка».

Ключові слова. тренажер, метод резолюцій, диз'юнкція, заперечення.

Abstract. The program description and algorithm on the topic «Resolution Method» of distance course «Mathematical logic» is considered.

Key words: simulator, resolution method, disjunction, negation.

Постановка проблеми. Дана тема є актуальною, виходячи з того, що дистанційна форма навчання зараз є чи не найбільш розповсюдженою. Причиною тому є епідеміологічна ситуація та зручність дистанційного навчання як освітньої форми навчання. Як результат все частіше виникає потреба у створенні різних методів поліпшення та удосконалення навчального процесу. Один із таких методів – навчальний тренажер. У свою чергу кожен навчальний тренажер розкриває свою тему із різних сторін, що робить таку форму викладення матеріалу досить продуктивною.

Майже кожен тренажер несе у собі теоретичну інформацію та практичні задачі, що дозволяють відшліфувати навички користувача по вирішуванню різних завдань та задач тематики, викладеної у навчальному тренажері.

Аналіз основних досліджень і публікацій. При ознайомленні з темою «Метод резолюцій» були використані матеріали з книги «Дискретна математика» [1], ознайомлено з інформацією з електронних ресурсів: «Математична логіка та теорія алгоритмі: навчальний посібник» [2].

Формулювання мети. Метою роботи є розробка алгоритму та програмного забезпечення тренажера з теми «Метод резолюцій» навчального курсу «Математична логіка». Тренажер створюється для навчання.

Виклад основного матеріалу дослідження. Створено алгоритм роботи тренажера у вигляді тестових завдань та практичних задач, написана програма-тренажер для вивчення застосування методу резолюції до логіки висловлювань.

Даний тренажер має у собі інформаційну сторінку, що дозволяє ознайомитись з теоретичним матеріалом теми «Метод резолюцій». Також представлені завдання у вигляді тестів. Тести розроблені як з теоретичної частини так і з практичної. Тестування розроблене не тільки для перевірки знань, але і для закріплення теоретичного матеріалу, удосконалення розуміння практичного матеріалу.

У другій половині XX ст. американський математик Д. А. Робінсон сформулював підхід до такої алгоритмічно нерозв'язної задачі, як визначення загальнозначущості формули. Цей підхід був названий методом резолюцій. Метод резолюцій відноситься до напівконструктивного методу, він легко піддається алгоритмізації. Суть його полягає в тому, що два посилових диз'юнкта з протилежними термами завжди можна склеїти в один заключний диз'юнкт, в якому відсутні протилежні терми [3].

Виходячи з правил та теорем методу резолюції в застосуванні до логіки висловлювань був створений навчальний тренажер.

Деякі кроки алгоритму тренажера представлені нижче. Описано алгоритм роботи практичної частини тренажера, яка спрямована на вивчення «Методу резолюцій» у застосуванні до логіки висловлень.

Якщо на заданому кроці вибрано правильну відповідь, то відбувається перехід на наступний крок. Якщо ні – виводиться повідомлення про помилку, з'являється інформативний напис про неправильність відповіді, студент робить відповідні висновки і вибирає правильну відповідь.

Крок 6. Відображається умова: «Довести методом резолюцій, що формула F – тавтологія (загальнозначуща).

$$\text{Нехай } \bar{F} = G = (x \vee z) \wedge (x \vee c) \wedge (\bar{z} \vee \bar{c}) \wedge \bar{x}.$$

Умова задачі відображається на кожному наступному кроці алгоритму.

Необхідно довести, що $F = \square$, а $G = \square$.

а) $F = 0$, $G = 1$; б) $F = 1$, $G = 0$; в) $F = 1$, $G = 1$.

Якщо значення задані не правильно, виводиться повідомлення про помилку з наступним повідомленням:

«За умовою необхідно довести, що F – тавтологія, тобто $F = 1$, а так як $\bar{F} = 1$, то $G = 0$ ».

Крок 7. Відображається умова: «У формулі G є чотири диз'юнкта d_1, d_2, d_3, d_4 , які рівні відповідно:

$$\begin{aligned} \text{а) } d_1 &= (x \vee z)(x \vee c), & d_2 &= (x \vee c)(\bar{z} \vee \bar{c}), & d_3 &= (\bar{z} \vee \bar{c})\bar{x}, \\ d_4 &= \bar{x}; \end{aligned}$$

$$\text{б) } d_1 = x \vee \bar{z}, \quad d_2 = \bar{z} \vee c, \quad d_3 = \bar{z} \vee \bar{c}, \quad d_4 = x;$$

$$\text{в) } d_1 = x \vee z, \quad d_2 = x \vee c, \quad d_3 = \bar{z} \vee \bar{c}, \quad d_4 = \bar{x} \dots$$

Крок 15. Виводиться повідомлення про закінчення розв'язку та кінцевий результат та висновок:

«Так як отримано порожній диз'юнкт, то формула $G = 0$, а тому $F = \bar{G} = 1$, тобто формула F є тавтологією».

Пропонується пройти розв'язок знову або завершити його. Якщо вибрано повторне проходження, то відбувається перехід на крок 1. Можна повторно ознайомитись з теоретичною інформацією, обравши пункт «Інформаційна сторінка».

Навчальний тренажер створений на мові програмування C# (.NET Framework 2.0).

У тренажері виведено окремий клас, який підключає тести, питання та відповіді з окремих ресурсів. Тобто вся інформація відокремлена від коду та виведена у папку «Resurs». Тому для коректної роботи програми повинна бути біля вікна програми папка «Resurs».

Тепер пройдемо про пунктам та класам програми:

«Data» – окремий клас, який формує шлях до файлу з питаннями:

```
using System;
using System.Collections.Generic;
using System.Linq;
using System.Text;
using System.Threading.Tasks;
using System.IO;

namespace TestRobAleksov
{
    public class Data
    {
        // public string[] answers;
        public static string path = "Resurs/Questions/";

        public string path0;
        public string path1;
        public string path2;
        public string path3;
        public string path4 = "";

        public Data(int i)
        {
            path0 = path + "Ques" + i + "0.rtf";
            path1 = path + "Answ" + i + "1.rtf";
            path2 = path + "Answ" + i + "2.rtf";
            path3 = path + "Answ" + i + "3.rtf";
            path4 = path + "Help" + i + "0.rtf";
        }
    }
}
```

Як можна помітити тут присутні п'ять полів, path0 – це вивід (шлях) до самого питання тренажеру. Path1-3 – варіанти відповіді (а)б)в)). path4 – довідкова інформація при неправильній відповіді.

«Form1» – основна форма, з якої розпочинається робота.

«Programs» – основний клас, з якого запускається програма:

```
namespace TestRobAleksov
{
```

```

static class Program
{
    /// <summary>
    /// Главная точка входа для приложения.
    /// </summary>
    [STAThread]

    static void Main()
    {
        Application.EnableVisualStyles();
        Application.SetCompatibleTextRenderingDefault(false);
        Application.Run(new Form1());
    }
}

```

«PractT1» – вікно вибору теми.

«AnswRead» – виведення невірної довідки.

«MessadgEnd» – вікно з кінцевим результатом та варіантами подальшого вибору.

Запускається тренажер із ярлика програми тренажеру.

Після запуску тренажера відображається стартове вікно з інформацією.

При натисканні на кнопку «Метод резолюцій до логіки висловлень» користувач проходить тестування по методу резолюцій застосованому виключно до логіки висловлень.

Висновки. Отже, створено тренажер для впровадження в дистанційний курс «Математична логіка», основне призначення якого – навчити користувачів застосовувати метод резолюцій для розв’язування задач з даної дисципліни. Робота щодо наповнення тренажеру триває, зокрема, написаний алгоритм, згідно якого створюється програмна реалізація задач тренажера на застосування методу резолюцій до логіки предикатів.

Список використаних джерел

1. Нікольський Ю. В. Дискретна математика / Ю. В. Нікольський, В. В. Пасічник, Ю. М. Щербина. – Київ : Видавнича група BVH, 2007. – 368 с.
2. Матвієнко М. Математична логіка та теорія алгоритмі : навч. посіб. / М. Матвієнко, С. Шаповалов. – Київ : Ліра-К, 2015. – 212 с.
3. Зубенко В. В. Основи математичної логіки : навч. посіб. / В. В. Зубенко, С. С. Шкільняк. – Київ : НУБіП України, 2020. – 102 с.

**АЛГОРИТМІЗАЦІЯ ТА ПРОГРАМУВАННЯ
ЕЛЕМЕНТІВ НАВЧАЛЬНОГО ТРЕНАЖЕРА
ПОБУДОВИ МАТЕМАТИЧНОЇ МОДЕЛІ ЗАДАЧІ
ВИБОРУ ШЛЯХІВ ОПТИМІЗАЦІЇ ДОБОВИХ
ОБСЯГІВ ВИРОБНИЦТВА ДЕТАЛЕЙ**

*А. М. Гальчун, магістр спеціальності Комп'ютерні науки
освітня програма «Комп'ютерні науки»*

Л. М. Колєчкіна, д. ф.-м. н., професор – науковий керівник

Анотація. У публікації розглядається алгоритмізація та програмування елементів навчального тренажер побудови математичної моделі задачі вибору шляхів оптимізації добових обсягів виробництва деталей. Наводиться алгоритм тренажера і принцип його роботи, описано кроки (запитання) з початку роботи тренажера, також описується програмна реалізація на мові програмування C# в середовищі Microsoft Visual Studio 2013. Наводяться висновки та список використаних джерел, яка використовувалась для написання статті.

Ключові слова: математична модель, тренажер, алгоритм, програмна реалізація.

Summary. The publication considers the algorithmization and programming of the elements of the training simulator to build a mathematical model of the problem of choosing ways to optimize the daily production of parts. Its algorithm is described, the first three steps (questions) from the beginning of the simulator are described. The publication also describes the software implementation in the C # programming language in Microsoft Visual Studio 2013, and on the last page, there is a list of used sources (literature) articles and the master's thesis itself.

Keywords: mathematical model, trainer, algorithm, software implementation.

Постановка проблеми. Сучасний світ є залежним від інформаційних технологій, які широко, інтенсивно та ефективно використовуються у всіх сферах людської діяльності. На сьогодніш-

ній момент стала все більш помітна орієнтованість в сторону інформатизації системи освіти.

Як показує практика, позитивні навчання найбільш виразно проявляються при організації в навчальному процесі тренуючих компонентів, автоматизації контролю та самоконтролю [1–3].

В даній статті було вирішено проблему оптимізації добових обсягів виробництва, що значно спрощує і робить економнішою роботу підприємства з виробництва деталей, також завдяки цій роботі на дистанційному курсі університету з'явиться новий тренажер для навчання студентів.

Формування мети. Мета роботи полягає в алгоритмізації та програмуванні елементів навчального тренажера з побудови математичної моделі задачі вибору шляхів оптимізації добових обсягів виробництва деталей.

Для досягнення мети були поставлені такі завдання:

- ознайомитися з літературою по побудові математичної моделі задачі вибору шляхів оптимізації добових обсягів виробництва деталей;

- розробка алгоритму тренажера;
- складання блок-схеми алгоритму;
- програмування елементів навчального тренажера;
- перевірка працездатності програми.

Об'єктом роботи є побудова математичної моделі задачі.

Предметом роботи є алгоритмізація та програмування елементів навчального тренажера з побудови математичної моделі оптимізації добових обсягів виробництва деталей.

При реалізації алгоритму в роботі використано середовище візуальної розробки програм Microsoft Visual Studio та об'єктно-орієнтована мова програмування C#.

Виклад основного матеріалу дослідження. Опишемо коротко роботу тренажера: після запуску тренажера перед студентом на екрані будуть з'являтися питання та відповіді до них, серед них одна правильна, яку потрібно обрати. У разі, якщо студент обрав не правильну відповідь, він отримає повідомлення на екрані про помилку: «Відповідь неправильна». Студент

зможе перейти на наступне питання тільки після того, як обере правильну відповідь та отримає повідомлення: «Відповідь правильна». Коли студент відповість на всі запитання, він отримає повідомлення про проходження тестування.

Актуальність створення цього програмного засобу обумовлюється можливістю використання при проведенні занять як для студентів денної, так і заочної (дистанційної) форми навчання.

В публікації наведено питання кроку 1, 2 та 3. Правильні відповіді виділені «курсивом».

Крок 1. З'являється перше питання «Закон упорядкованості руху матеріального потоку у виробництві базується на»:

а) стандартизації і типізації міжцехових і внутрішньо цехових технологічних маршрутів;

б) співставленні витрат виробництва від години простою робочого місця і години простою партії виробничої програми;

в) виявленні причинно-наслідкових зв'язків між параметрами виробничої програми і структурою елементів виробництва;

г) вірні відповіді а), б) і в).

Крок 2. Після правильної відповіді відкривається наступне питання «Закон безперервності ходу виробничого процесу базується на:»

а) стандартизації і типізації міжцехових і внутрішньо-цехових технологічних маршрутів;

б) співставленні витрат виробництва від години простою робочого місця і години простою партії предметів праці;

в) виявленні причинно-наслідкових зв'язків між параметрами виробничої програми і структурою елементів виробництва;

г) вірні відповіді а), б) і в).

Крок 3. З'являється наступне питання: «Закон ритму виробничого циклу виготовлення виробу базується на»:

а) стандартизації і типізації міжцехових і внутрішньо-цехових технологічних маршрутів;

б) співставленні витрат виробництва від години простою робочого місця і години простою партії предметів праці;

- в) виявленні причинно-наслідкових зв'язків між параметрами виробничої програми і структурою елементів виробництва;
г) вірні відповіді а), б) і в).

Висновок. Розглянуто алгоритм, за яким розроблено навчальний тренажер. Проведено тестування розробленого програмного забезпечення, результати якого, підтверджують його працездатність і дозволяють рекомендувати його на практиці при використанні в дистанційному курсі.

Список використаних джерел

1. Вікіпедія [Електронний ресурс]. – URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Microsoft_Visual_Studio. – Назва з екрана.
2. Гальчун А. М. Програмна реалізація тренажера з побудови математичної моделі задачі вибору плану обслуговування клієнтів фінансового ринку з дисципліни «Методи оптимізації та дослідження операцій» [Електронний ресурс] / А. М. Гальчун, О. О. Ємець. – Полтава : Кафедра математичне моделювання та соціальна інформатика ПУЕТ, 2019. – 3 с. – URL: <http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/7013>. – Назва з екрана.
3. Методи оптимізації та дослідження операцій (Ч. 2) 2017–2018 н. р. : [дистанційний курс] [Електронний ресурс] / О. О. Ємець // Головний центр дистанційного навчання. – Полтава : ПУЕТ. – URL: <http://www2.el.puet.edu.ua/st/mod/url/view.php?id=73464>. – Назва з екрана.
4. Кристофидес Н. Теория графов. Алгоритмический подход / Кристофидес Н. – Москва : Мир, 1978. – С. 75–94.
5. Abramson D. A Simulated Annealing Code for General Integer Linear Programs / D. Abramson, M. Randall // Annals of Operations Research. – 1999. – V. 86, P. 3–24.
6. Ємець О. О. Методи оптимізації та дослідження операцій : навч.-метод. посіб. / О. О. Ємець. – Полтава : ПУСКУ, 2009. – 76 с.
7. Ємець О. О. Навчально-методичний посібник з курсом лекцій для самостійного вивчення дисципліни «Методи оптимізації та дослідження операцій» за кредитно-модульною системою організації навчального процесу / О. О. Ємець, Т. О. Парфьонова. – Полтава : ПУЕТ, 2013. – 492 с.

ОПТИМІЗАЦІЯ ВИРОБНИЦТВА КАБЕЛЮ: АЛГОРИТМІЗАЦІЯ ТА ПРОГРАМУВАННЯ ТРЕНАЖЕРА ДЛЯ ПОБУДОВИ МАТЕМАТИЧНОЇ МОДЕЛІ

*М. В. Дядечко, магістр спеціальності Комп'ютерні науки
освітня програма «Комп'ютерні науки»*

Л. М. Колєчкіна, д. ф.-м. н., професор – науковий керівник

Анотація. У статті розглядається алгоритм за яким створено тренажер з теми «Оптимізація виробництва кабелю», наводяться числові експерименти.

Ключові слова: навчальний тренажер, оптимізація, виробництво кабелю, алгоритмізація, програмування, побудова, математична модель

Abstract. The article considers the algorithm by which the simulator on the topic “Optimization of cable production” was created.

Keywords: training simulator, optimization, cable production, algorithmization, programming, construction, mathematical model

Постановка проблеми. Впровадження в навчальний процес нових технологій навчання, які базуються на комп'ютерній підтримці навчально-пізнавальної діяльності, відкриває перспективи розширення і поглиблення теоретичної бази знань, інтеграції навчальних дисциплін і диференціації навчання, інтенсифікації навчального процесу та активізації навчально-пізнавальної діяльності, розширення можливості спілкування студентів і викладачів, збільшення частки самостійної навчальної діяльності дослідницького характеру, розкриття творчого потенціалу всіх суб'єктів навчальної діяльності.

Формування мети. Метою статті є розробка навчального тренажера з теми «Оптимізація виробництва кабелю» з можливістю побудови математичної моделі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Нижче наведена умова задачі по якій буде навчатися студент.

При виробництві трьох видів кабелю виконується три групи технологічних операцій. Норми витрат на 1 км кабелю даного виду на ножній із груп операцій, прибуток від реалізації 1 км

кожного виду кабелю, а також загальний фонд робочого часу, протягом якого можуть виконуватися ці операції, зазначені в табл. 1 [1–3].

Таблиця 1 – Умова задачі

Технологічна операція	Норми витрат часу (год) на обробку 1 км кабелю виду			Загальний фонд робочого часу (год)
	1	2	3	
Волочіння	1,2	1,8	1,6	7 200
Накладення ізоляцій	1,0	0,4	0,8	5 600
Свинцювання	3,0	–	1,8	3 600
Прибуток від реалізації 1 км кабелю (грн)	1 200	800	1 000	

Визначити такий план випуску кабелю, при якому загальний прибуток від реалізації виготовленої продукції є максимальним.

Розроблений алгоритм містить питання з декількома варіантами відповідей, серед яких один або декілька є вірними, що має визначити студент при розв’язуванні. Розроблені питання з веденням відповіді. Для допомоги студентові реалізована кнопка з підказкою.

У випадку, коли буде обрано вірна відповідь, студент перейде до наступного питання, в іншому випадку отримає повідомлення про помилку.

На початку роботи з навчальним тренажером, студент отримує умову задачі. Також умова задачі присутня на кожному кроці алгоритму. Наведемо деякі кроки алгоритму.

Нижче наведені питання з однією правильною відповіддю, з декількома завдання з веденням відповіді.

Крок 1. «З умови задачі, необхідно знайти»:

А) Максимальний прибуток від реалізації виготовленої продукції.

Б) Скільки часу витрачається на обробку кабелю.

В) Кількість кабелю на кожній технологічній операції.

Г) Максимальний прибуток від реалізації лише одного кабелю.

Вірна відповідь – А.

Крок 5. «Які технологічні операції проходить кабель?»

А) Волочіння.

Б) Накладання ізоляції.

В) Свинцювання.

Г) Немає вірної відповіді.

Вірна відповідь – А, Б, В.

Крок 8. «Запишіть перше обмеження (для операції волочіння)» Вірна відповідь – $1,2 \times 1 + 1,8 \times 2 + 1,6 \times 3 \leq 7200$.

Висновки. Отже, представлено основні результати роботи, а саме: складена математична модель задачі та розв'язана з допомогою Microsoft Excel, розроблено алгоритм складання математичної моделі задачі оптимізації виробництва кабелю та алгоритм розв'язку даної задачі з допомогою надбудов Microsoft Excel, створено навчальний тренажер на мові програмування C# з використання середовища візуальної розробки Microsoft Visual Studio.

Список використаних джерел

1. Методи оптимізації та дослідження операцій [Електронний ресурс]: навч.-метод. посіб. / О. О. Ємець, Т. О. Парфьонова. – Полтава: ПУЕТ, 2013.
2. Ємець О. О. Методи оптимізації та дослідження операцій: навч. посіб. / О. О. Ємець. – Полтава: ПУЕТ, 2019. – Ч. 1. – 245 с.
3. Ємець О. О. Методи оптимізації та дослідження операцій: навч. посіб. / О. О. Ємець. – Полтава: ПУЕТ, 2019. – Ч. 2. – 139 с.

УДК 004

ОПТИМІЗАЦІЯ РОЗМІЩЕННЯ КУЛЬТУР: ПРОГРАМНА РЕАЛІЗАЦІЯ ТРЕНАЖЕРА (МОДЕЛЮВАННЯ) ДИСТАНЦІЙНОГО КУРСУ «ПРОЕКТНЕ НАВЧАННЯ З КУРСУ «МЕТОДИ ОПТИМІЗАЦІЇ ТА ДОСЛІДЖЕННЯ ОПЕРАЦІЙ»

О. О. Заможський, магістр спеціальності Комп'ютерні науки освіти програма «Комп'ютерні науки»

Л. М. Колєчкіна, д. ф.-м. н., професор – науковий керівник

Анотація. У статті розглядається магістерська робота з теми: «Оптимізація виробництва культур: програмна реалізація трена-

жера (моделювання) дистанційного курсу «Проектне навчання з курсу «Методи оптимізації та дослідження операцій».

Ключові слова: математична модель, тренажер, задача оптимізації.

Abstract. The article considers a master's thesis on the topic: "Optimization of crop production: software implementation of the simulator (modeling) of the distance course "Project training in the course "Methods of optimization and research of operations".

Keywords: mathematical model, exercise machine, optimization problem.

Постановка проблеми. Розвиток освіти на основі принципів безперервності, рівного доступу, особистісної спрямованості формує концептуально нову модель освіти – відкриту освіту. Основу освітнього процесу у відкритій освіті складає цілеспрямована, контрольована, інтенсивна самостійна робота студентів із застосуванням переносних пристроїв, які можуть навчатися в зручному для себе місці, за індивідуальним розкладом; використовуючи комплект спеціальних засобів навчання, наприклад для вивчення математики: електронний розгорнутий конспект лекцій, короткий конспект, практичні приклади типових завдань, тренажери, тести, посилання на інші джерела з даної теми; і погоджену можливість контакту з викладачем та між собою в онлайн режимі.

Формування мети. Метою статті є розробка завдання з теми «Оптимізація розміщення культур: програмна реалізація тренажера (моделювання) дистанційного курсу «Проектне навчання з курсу «Методи оптимізації та дослідження операцій».

Виклад основного матеріалу дослідження. В роботі головною задачею є розробка програми тренажера з теми «Оптимізація розміщення культур: програмна реалізація тренажера (моделювання) дистанційного курсу «Проектне навчання з курсу «Методи оптимізації та дослідження операцій».

Основними завданням, що впливає з постановки задачі є:

- вибір мови програмування за для коректної роботи в дистанційному курсі;
- складання алгоритму роботи програми «тренажеру»;

- складання блок-схеми до алгоритму з врахуванням всіх можливих варіантів роботи;
- програмна реалізація тренажеру;
- перевірка та тестування програми на відповідність та правильність роботи.

Також є необхідність розглянути вимоги, яким повинен відповідати тренажер.

Основні вимоги до програмного продукту:

1. Під час навчання студента, використовуючи тренажер, студент повинен постійно бачити та розуміти умову задачі.

2. Під час кожного вибору відповіді або при введенні даних необхідно реалізувати механізм перевірки даних та у випадку помилки, виведення повідомлення про не вірну відповідь.

Створення тренажера відбувається на конкретній задачі «Оптимізація розміщення культур», побудови математичної моделі та її розв’язування.

Умова задачі «Оптимізація розміщення культур» наведена нижче.

Невелике сільськогосподарське підприємство спеціалізується на вирощуванні овочів, використовуючи для цього мінеральні добрива (фосфорні та калійні). Норми внесення мінеральних добрив під кожну культуру та запас добрив у господарстві наведено в табл. 1.

Таблиця 1 – Умова задачі по оптимізації розміщення культур

Мінеральні добрива	Норма внесення добрива, кг діючої речовини на га			Запас добрив, кг
	капуста	томати	цибуля	
Фосфорні	150	400	100	3 000
Калійні	500	300	400	5 000

Під вирощування овочів відведено земельну ділянку площею 20 га. Очікуваний прибуток господарства від реалізації 1 ц капусти становить 10 ум. од., і 1 ц томатів – 20 ум. од., 1 ц. цибулі – 15 ум. од.

Середня врожайність капусти в господарстві дорівнює 300 ц/га, а томатів – 200 ц/га, цибулі – 250 ц/га.

Визначити такий варіант розміщення культур на земельній ділянці, який максимізує прибуток господарства за умови, що витрати мінеральних добрив не перевищують максимально можливого запасу.

Розроблений навчальний тренажер містить питання з декількома варіантами відповідей, з однією та з веденням відповіді студентом самостійно. Для допомоги студентові у виконанні завдань, розроблені підказки до кожного із питань.

У випадку з обранням або веденням вірної відповіді, студент переходить до наступного завдання.

На початку роботи з навчальним тренажером та при кожному виконанні завдань студент отримує умову задачі.

Нижче наведений типовий крок з навчального тренажера.

Що необхідно визначити з умови задачі?

- середню врожайність культур;
- розміщення культур на земельній ділянці, який максимізує прибуток господарства;
- кількість використаних мінеральних добрив.

Якщо студент обрав вірну відповідь, то він переходить до наступного питання. Якщо обрав невірну, то необхідно знову спробувати відповісти та можна використати підказку, яка має вигляд: «З умови задачі, необхідно визначити такий варіант розміщення культур на земельній ділянці, який максимізує прибуток господарства, за умови, що витрати мінеральних добрив не перевищують максимально можливого запасу».

Висновки. Отже, основні результати роботи полягають в наступному – проаналізовано і описано основні вимоги до програмного забезпечення, яке надалі буде використовуватися для розв'язання задачі. Обрано мову та середовище для розробки програмного забезпечення.

Список використаних джерел

1. Методи оптимізації та дослідження операцій (Ч. 1) 2018–2019 н. р. [Електронний ресурс] : для студентів спеціальності 122 «Комп'ю-

терні науки та інформаційні технології» / Ємець О. О. // Дистанційний курс Полтавського університету економіки та торгівлі. – Полтава: ПУЕТ. – 247 с.

2. Методи оптимізації та дослідження операцій [Електронний ресурс] : навч.-метод. посіб. / О. О. Ємець, Т. О. Парфьонова. – Полтава : ПУЕТ, 2013.
3. Ємець О. О. Методи оптимізації та дослідження операцій : навч. посіб. / О. О. Ємець. – Полтава : ПУЕТ, 2019. – Ч. 1. – 245 с.
4. Ємець О. О. Методи оптимізації та дослідження операцій : навч. посіб. / О. О. Ємець. – Полтава : ПУЕТ, 2019. – Ч. 2. – 139 с.
5. Математическое программирование в примерах и задачах / И. Л. Акулич. – Москва : Высш. шк., 1986. – 319 с.

УДК 519.725

СТВОРЕННЯ ТРЕНАЖЕРА З ТЕМИ «КОДИ ІЗ ВИПРАВЛЕННЯМ ПОМИЛОК» ДИСТАНЦІЙНОГО НАВЧАЛЬНОГО КУРСУ «ТЕОРІЯ ІНФОРМАЦІЇ І КОДУВАННЯ»

О. В. Купченко, *магістр спеціальності Комп'ютерні науки*

О. О. Черненко, *к. ф.-м. н., доцент – науковий керівник*

Анотація. У статті проведено перевірку нагальної потреби створення нового тренажеру з теми «Коди із виправленням помилок», аналіз ситуації, за якої з'явилась сама потреба в дистанційному навчанні та тренажерах. Проведено розбір створених веб застосунків, вивчено тенденції їх розробки та функціоналу, сформульовано головні вимоги розробки тренажеру, графічного програмного застосунку для роботи з алгоритмами кодування із виправленням помилок. Також було розроблено та запрограмовано алгоритм тренажеру з теми «Коди із виправленням помилок» дистанційного навчального курсу «Теорія інформації і кодування».

Ключові слова: програмування, код, теорія інформації, інноваційні технології, теорія кодування, комп'ютерні технології.

Abstract. The article examines the urgent need to create a new simulator on the topic “Error Correction Codes”, an analysis of the

situation in which the very need for distance learning and simulators. The analysis of the created web applications of the tendency of their development and functionality is carried out, the main theses of necessity of development of the simulator, the graphic software application for work with coding algorithms with error correction are formulated. However, an algorithm was created that will allow teaching students on the topic “Error Correction Codes” of the distance learning course “Information Theory and Coding”.

Key words: software, code, information theory, innovative technologies, code theory, computer technologies.

Постановка проблеми. Виникнення технічних засобів для передачі та збереження інформації, необхідність підтримки їх цілісності під час передачі, обробки та зберігання інформації. У зв’язку з цим були згенеровані алгоритми для знаходження та виправлення помилок, так звані коректувальні коди. Швидкі темпи розвитку інформаційних технологій та розширені мережі Інтернету викликали потребу у висококваліфікованих кадрах з «Теорії інформації та кодування». Старі методи навчання не можуть дати можливості швидко і якісно навчити велику кількість досвідчених фахівців з «Теорії інформації та кодування». Беручи до уваги стрімкий розвиток інформаційних технологій, не можна не звернути увагу на те, що розвиток їх саме у сфері навчання є повільним. Навіть події 2020 року та використання дистанційної форми навчання у закладах освіти не викликали підйому створення нових тренажерів.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Світова тенденція на використання дистанційної форми навчання з’явилась тільки декілька років назад, хоча сама ідея – не нова. Слід зазначити що довгий час існують такі платформи для дистанційного навчання як: Coursera, Cisco Networking Academy, Udemy, Moodle, Google Classroom, edX. Але в Україні популярністю користуються Moodle та Prometheus. Вони являють собою веб-сервіси або веб-застосунки, які надають велику кількість навчальних курсів, майже всі з яких є безкоштовними. З іншого боку існують мобільні додатки, які на відміну від веб-застосунків, орієнтовані скоріше на розв’язання конкретних завдань

та тестів, а ніж на організацію навчання в цілому. Попри те, що подібних додатків багато, тих додатків, які в теорії можуть дійсно навчити, бракує. Майже всі вони навчають за більш загальними темами такими, як іноземні мови, математика, фізика та багато іншого. Серед таких мобільних додатків слід виділити такі програми, як Duolingo – орієнтовану на вивчення іноземних мов та SoloLearn – орієнтовану на вивчення різних мов програмування. Обидві ці програми є тренажерами в класичному розумінні цього слова. Також варто згадати про існування класичних навчальних тренажерів з різноманітних тем, які було створено ще 10–20 років тому. Їх розробляли для використання в межах навчальних закладів. З боку функціональності вони були примітивними та орієнтовані тільки на перевірку знань студентів. А отже, треба створити тренажер, який би відповідав наступним критеріям, що мають бути реалізовані в ньому: надання теоретичного матеріалу з теми «Коди із виправленням помилок»; надання можливості виконання завдань та тестування, зокрема: повторення теоретичного матеріалу, виконання практичних завдань та тестування з них; надання можливості виконання наступних типів завдань: завдання з однією відповіддю, завдання з декількома відповідями, завдання по зіставленню відповідей та завдання з полем для введення відповіді; надання можливості створювати задачі та тести за допомогою зручного інтерфейсу та зберігати їх в портативному форматі, також має бути можливість редагування завдань та завантажування їх; при вирішенні завдань тренажер повинен надавати ще одну спробу під час виконання завдань, а також підказки й пояснення при неправильних відповідях; в кінці виконання усіх завдань тесту або задачі тренажер повинен надавати стислу статистику результатів виконання.

Формулювання мети. Підсумовуючи все вище сказане про ситуацію, яка склалась у світовій галузі навчання, можна сформулювати мету цієї статті та дослідження в цілому. Отже, метою цієї статті є вивчення та розробка графічного програмного тренажера, який дозволить проводити навчання студентів з теми «Коди із виправленням помилок» дистанційного навчального курсу «Теорія інформації і кодування».

Виклад основного матеріалу дослідження. Спираючись на виклад основних принципів дії тренажеру та вимог до нього, можна побудувати наступний алгоритм, який підійде для розв'язання багатьох задач з теми «Коди із виправленням помилок» курсу «Теорія інформації і кодування».

Крок 1. Завантаження, з файлу, даних про задачу, а саме: її назва, опис, складність, кількість завдань та дані про кожне завдання, де кожне завдання складається з: запитання, відповідей до нього з позначенням правильних відповідей, підказки, пояснення, а також додаткові матеріали до запитання та пояснення у вигляді графічних матеріалів.

Крок 2. Якщо номер завдання не перевищує кількості завдань у задачі, то переходимо до кроку 3, інакше переходимо до кроку 10.

Крок 3. Визначаємо тип завдання, якщо тип завдання це: завдання по зіставленню відповідей, то переходимо на крок 4; завдання з полем для введення відповіді, то переходимо на крок 5; завдання з однією правильною відповіддю, то переходимо на крок 6; завдання з декількома правильними відповідями, то переходимо на крок 7.

Крок 4. На екран виводиться набір запитань та на набір відповідей на них. Кожне запитання потрібно зіставити з однією з відповідей, при цьому кожне запитання має тільки одну правильну відповідь, а кожна відповідь не обов'язково має запитання. Переходимо на крок 8.

Крок 5. На екран виводиться запитання та поле для вводу відповіді, в яку потрібно вписати правильну відповідь. Переходимо на крок 8.

Крок 6. На екран виводиться запитання та варіанти відповідей до нього, серед яких потрібно обрати тільки одну правильну відповідь. Переходимо на крок 8.

Крок 7. На екран виводиться запитання та варіанти відповідей до нього, серед яких потрібно обрати декілька правильних відповідей. Переходимо на крок 8.

Крок 8. Якщо було обрано неправильну відповідь, то на екран виводиться повідомлення про помилку. Якщо в завданні є

підказка, то надається можливість повторного вибору. Якщо було обрано неправильну відповідь вдруге, або в завданні немає підказки, то виводиться повідомлення про помилку та якщо у завданні є роз'яснення, виводиться повідомлення з роз'ясненням, а також відзначається, яка з відповідей є правильною. Переходимо на крок 9.

Крок 9. Зберігається інформація про зроблену відповідь, з екрана прибираються наявні дані про поточне завдання, номер завдання збільшується на одиницю. Переходимо на крок 2.

Крок 10. На екран виводяться результати виконання задачі, а саме інформація про кількість правильних та неправильних відповідей, а також кількість завдань виконаних з другої спроби.

Висновки. Таким чином, розроблено алгоритм та запрограмовано навчальний тренажер з теми «Коди із виправленням помилок» дистанційного навчального курсу «Теорія інформації і кодування».

Список використаних джерел

1. Аршинов М. Н. Коды и математика (рос.) / Михаил Аршинов Наумович, Леонид Ефимович Садовский. – Москва : Наука, 1983. – 145 с.
2. Блейхут Р. Э. Теория и практика кодов, контролирующих ошибки (рос.) / Блейхут Р. Э. – Вид. 1 – Москва : Мир, 1986. – 576 с.
3. Жураковский Ю. П. Теорія інформації та кодування : підручник / Ю. П. Жураковський, В. П. Полторак. – Київ : Вища шк., 2001. – 255 с.
4. 12 платформ для онлайн образования [Електронний ресурс] (Дата оновлення: 25.01.2021). – URL: <https://womo.ua/12-platform-dlya-online-obrazovaniya/> (дата звернення: 30.01.2021). – Назва з екрана.
5. 13 образовательных онлайн-платформ с бесплатными курсами на английском и украинском [Електронний ресурс] (дата оновлення: 17.03.2020). – URL: (рос.): <https://ain.ua/2020/03/17/obrazovatelnie-platformy/> (дата звернення: 10.02.2021). – Назва з екрана.
6. Coursera – Вікіпедія [Електронний ресурс] (дата оновлення: 06.02.2021). – URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Coursera> (Дата звернення: 16.02.2021). – Назва з екрана.
7. Організація дистанційного навчання в Moodle – Освіта.UA [Електронний ресурс]. (дата оновлення: 28.03.2020).

АЛГОРИТМІЗАЦІЯ ТА ПРОГРАМУВАННЯ ТРЕНАЖЕРА «КОМПЛЕКСНІ ЧИСЛА» ДИСТАНЦІЙНОГО НАВЧАЛЬНОГО КУРСУ «АЛГЕБРА ТА ГЕОМЕТРІЯ. ЧАСТИНА 2»

*Ян В. Мельницький, магістр спеціальності Комп'ютерні науки
освітня програма «Комп'ютерні науки»*

О. О. Черненко, доцент, к. ф.-м. н. – науковий керівник

Анотація. У статі розглянуто алгоритм роботи навчального тренажера з теми «Комплексні числа» дистанційного навчального курсу «Алгебра та геометрія. Частина 2».

Ключові слова: комплексні числа, тренажер, алгоритмізація, алгебра та геометрія, програмування.

Abstract. The article considers the algorithm of the training simulator in the topic “Complex numbers” of the distance learning course “Algebra and geometry. Part 2”.

Keywords: complex numbers, simulator, algorithmization, algebra and geometry, programming.

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку освітнього простору з використанням інформаційних технологій поява і розвиток дистанційної освіти стало значущою подією, яке спричинило за собою необхідність в розробці і впровадженні нових способів і методик навчання.

Інформаційні технології відкривають можливість переходу на новий рівень існуючої системи освіти. Так з'являється можливість відходу від традиційних книг і навчально-методичних матеріалів і переходу до електронного підручника, комп'ютерним тренажерів, тестів різних типів, від звичайної аудиторії до віртуальної мультимедійної.

Формування мети. Метою статті є розглянути алгоритмізацію навчального тренажера з теми «Комплексні числа» для дистанційного навчального курсу «Алгебра та геометрія. Частина 2».

Виклад основного матеріалу. При розробці алгоритму навчального тренажеру були використані лекції та практичні з дисципліни «Алгебра та геометрія. Частина 2» [1–4].

При запуску навчального тренажера студентові пропонується обрати мову інтерфейсу, також виводиться тема та інформація про розробника. Для того, щоб розпочати, необхідно обрати чи завдання «Комплексні числа та дії над ними», чи завдання «Тригонометрична та показникова форми представлення комплексних чисел». Нижче наведені завдання з кожного із розділів.

Завдання 1. Записати в тригонометричній формі комплексне число $z = 1 + i$.

Крок 1. Обчислити модуль числа z . Оберіть із представлених варіантів правильні.

$$|z| = |1 + i| = \sqrt{?} = \sqrt{?}, \operatorname{tg} \varphi = \frac{?}{?} = \frac{?}{?} = ?$$

Правильна відповідь $|z| = |1 + i| = \sqrt{1^2 + 1^2} = \sqrt{2}, \operatorname{tg} \varphi = \frac{b}{a} = \frac{1}{1} = 1.$

Якщо вказана не вірна відповідь, студентові демонструється коротке пояснення та дається наступна спроба виправити помилки. При вірній відповіді відбувається перехід до наступного кроку.

Крок 2. Так як $a = 1, b = 1$, то визначаємо чверть. В якій чверті лежить число z ?

- I чверть;
- II чверть;
- III чверть;
- IV чверть.

При виборі першої відповіді відбувається перехід до наступного кроку. Якщо обрані інші відповіді, з'являється пояснення.

Крок 3. Яку формулу використовуємо для обчислення аргументів?

$$- \pi + \operatorname{arctg} \frac{b}{a};$$

- $\operatorname{arctg} \frac{b}{a}$;
- $-\pi + \operatorname{arctg} \frac{b}{a}$;
- $-\operatorname{arctg} \frac{b}{a}$.

Якщо студент обрав 2 відповідь, він переходить до наступного кроку. Якщо відповідь обрана інша, то з'являється пояснення.

Крок 4. Виходячи з попереднього кроку, $\operatorname{arctg} \frac{b}{a} =$
 $= \operatorname{arctg} 1 = \frac{\pi}{4} = \varphi$. Оберіть тригонометричну форму числа z .

- $z = 1 + i = \sqrt{2} \left(\cos \frac{\pi}{4} + i \cos \frac{\pi}{4} \right)$;
- $z = 1 + i = \sqrt{2} \left(\sin \frac{\pi}{4} + i \sin \frac{\pi}{4} \right)$;
- $z = 1 + i = \sqrt{2} \left(\cos \frac{\pi}{4} + i \sin \frac{\pi}{4} \right)$;
- $z = 1 + i = \sqrt{2} \left(\sin \frac{\pi}{4} + i \cos \frac{\pi}{4} \right)$.

Правильна відповідь 3. Якщо обрана не 3 відповідь, студентів з'являється підказки з поясненням.

Завдання 4. Знайти дійсну та уявну частини комплексного числа $z = \frac{4 - 3i}{(3 - 2i)(2 + i)}$.

Крок 1. Оберіть компоненти розв'язку.

Якщо обрані всі компоненти вірно та вийшов наступний вигляд розв'язку $z = \frac{4 - 3i}{(3 - 2i)(2 + i)} = \frac{35 - 20i}{65} = \frac{7}{13} - \frac{4}{13}i$, то сту-

дент переходить до наступного кроку, інакше з'явиться допомога в розв'язанні.

Крок 2. Із попереднього розв'язку запишіть дійсну та уявну частину комплексного числа.

Правильні відповіді $a = \frac{7}{13}, b = -\frac{4}{13}$. Якщо відповіді невірні,

студент отримує інформацію, де побачить в числі дійсну та уявну частину.

Висновки. Отже, в роботі розглянуто основну літературу з теми «Комплексні числа» для алгоритмізації навчального тренажера. Ознайомлено з основними вимогами до навчального тренажера. Розроблено та запрограмовано навчальний тренажер з теми «Комплексні числа» для дистанційного навчального курсу «Алгебра та геометрія. Частина 2». Для програмування тренажера використано об'єктно-орієнтовану мову програмування C# із застосуванням середовища візуальної розробки програм Microsoft Visual Studio 2019. В навчальному тренажері реалізовано зміну мови інтерфейсу для зручного використання іноземними студентами.

Список використаних джерел

1. Черненко О. О. Лекція №19 Комплексні числа та операції над ними. Комплексні числа. Алгебра та геометрія. Частина 2 : конспект лекцій для спеціальності 122 денної форми навчання / О. О. Черненко. – Полтава : ММСІ, ПУЕТ, 2020. – 5 с.
2. Черненко О. О. Лекція № 20. Тригонометрична та показникова форми представлення комплексних чисел. Комплексні числа. Алгебра та геометрія. Частина 2: конспект лекцій для спеціальності 122 денної форми навчання / О. О. Черненко. – Полтава : ММСІ, ПУЕТ, 2020. – 5 с.
3. Черненко О. О. Практичне заняття № 19. Комплексні числа та операції над ними. Комплексні числа. Алгебра та геометрія. Частина 2 : конспект лекцій для спеціальності 122 денної форми навчання / О. О. Черненко. – Полтава : ММСІ, ПУЕТ, 2020. – 4 с.

ТРЕНАЖЕР З ТЕМИ «ЕЛЕМЕНТИ ВЕКТОРНОЇ АЛГЕБРИ» ДИСТАНЦІЙНОГО НАВЧАЛЬНОГО КУРСУ «АЛГЕБРА ТА ГЕОМЕТРІЯ. ЧАСТИНА 1»

***Р. М. Михайловський**, магістр спеціальності Комп'ютерні науки освітня програма «Комп'ютерні науки»*

***О. О. Черненко**, доцент, к. ф.-м. н. – науковий керівник*

Анотація. Розглядається алгоритм, за яким створено тренажер з теми «Елементи векторної алгебри» дистанційного навчального курсу «Алгебра та геометрія. Частина 1».

Ключові слова: тренажер, елементи вектора, алгебра, геометрія, вектор.

Abstract. The algorithm according to which the simulator on the topic “Elements of vector algebra” of the distance learning course “Algebra and geometry. Part 1”.

Key words: simulator, vector elements, algebra, geometry, vector.

Постановка проблеми. Сучасний світ є залежним від інформаційних технологій, які інтенсивно та ефективно використовуються у всіх сферах людської діяльності. На сьогоднішній момент стала все більш помітна орієнтованість в сторону інформатизації системи освіти.

Як показує практика, позитивні сторони навчання найбільш виразно проявляються при організації в навчальному процесі тренуючих компонентів, автоматизації контролю та самоконтролю.

Формування мети. Метою статті є розробка навчального тренажера з теми «Елементи векторної алгебри» дистанційного навчального курсу «Алгебра та геометрія. Частина 1».

Виклад основного матеріалу дослідження. При запуску навчального тренажера студенту пропонується обрати мову інтерфейсу. Після того, як мову обрано, з'являється початковий екран з інформацією про тему та розробника. З початкового екрану можна перейти до перевірки теоретичних знань та до перевірки умінь у розв'язуванні типових прикладів з теми «Елементи векторної алгебри».

Нижче наведено окремі кроки теоретичних питань «Основні означення з теми» та практичне завдання.

Крок 2. Оберіть відповідь. Як зазвичай позначаються вектори?

- a, b, c
- a', b', c'
- $\vec{a}, \vec{b}, \vec{c}$
- $\overline{a}, \overline{b}, \overline{c}$

Якщо вказана неправильна відповідь, то відображається пояснення: «Зазвичай вектори позначаються: $\vec{a}, \vec{b}, \vec{c}$ ». Перехід до наступного кроку.

Крок 7. Оберіть відповідь (можливий вибір декількох варіантів). Лінійні векторні операції включають:

- ділення вектора;
- множення вектора на скалярну величину;
- множення вектора на вектор;
- додавання векторів;
- віднімання векторів.

Якщо студент обрав невірну відповідь, то він отримує пояснення наступного вигляду: «Лінійні векторні операції включають множення вектора на скалярну величину та додавання векторів». Перехід до наступного кроку.

Приклад 1. Дані дві точки $A(-3, 6, -5)$ та $B(6, -6, 3)$. Знайти: координати та довжину вектора $\overline{AB}$.

Крок 1. Орати відповідь. За якою формулою знаходяться координати вектора $\overline{AB}$?

- $\overline{AB} = (x_2 - x_1, y_2 - y_1, z_2 - z_1)$;
- $\overline{AB} = (x_1 - x_2, y_1 - y_2, z_1 - z_2)$.

Якщо обрана невірна відповідь, з'являється пояснення: «Координати $\overline{AB}$ рівнозначні різниці між відповідними координатами точок $A(-3, 6, -5)$ і $B(6, -6, 3)$: $\overline{AB} = (x_2 - x_1, y_2 - y_1, z_2 - z_1)$ ». Перехід до наступного кроку.

Крок 2. Вписати відповідь. Обрахувати координати вектора $\overrightarrow{AB}$.

$$\overrightarrow{AB} = (? - ?, ? - ?, ? - ?) = (?, ?, ?).$$

Якщо введена відповідь невірна, з'являється пояснення:
 $\overrightarrow{AB} = (6 - (-3), (-6) - 6, 3 - (-5))$. Перехід до наступного кроку.

Крок 3. Оберіть відповідь. Як визначається довжина вектора $\overrightarrow{AB}$?

- $|\overrightarrow{AB}| = \sqrt{x + y + z}$;
- $|\overrightarrow{AB}| = \sqrt{x^2 + y^2 + z^2}$;
- $|\overrightarrow{AB}| = x + y + z$.

Якщо відповідь обрана невірна, то перед студентом з'являється пояснення: «Довжина вектора визначається як довжина відрізка, що з'єднує А і В та обраховується за формулою: $|\overrightarrow{AB}| = \sqrt{x^2 + y^2 + z^2}$ ». Перехід до наступного кроку.

Крок 4. Вписати відповідь. Обрахувати довжину вектора $\overrightarrow{AB}$.

$$|\overrightarrow{AB}| = \sqrt{?^2 + ?^2 + ?^2} = \sqrt{?}$$

Якщо студент зробив помилку, то з'являється пояснення:
 $|\overrightarrow{AB}| = \sqrt{9^2 + 0^2 + 8^2}$. Перехід до наступного кроку.

Висновки. Отже, основні результати роботи:

- ✓ Проаналізовано основні вимоги до навчального тренажера.
- ✓ Розглянуто навчальну літературу (лекції та практичні заняття) з теми «Елементи векторної алгебри».
- ✓ Розроблено та запрограмовано двомовний навчальний тренажер з теми «Елементи векторної алгебри» для дистанційного навчального курсу «Алгебра та геометрія. Частина 1».
- ✓ При реалізації навчального тренажера використано середовище розробки Microsoft Visual Studio та мову програмування C#.

Список використаних джерел

1. Целесообразность использования информационно-коммуникационных технологий в образовательном процессе [Електронний ресурс]. – URL: <https://www.sgu.ru/sites/default/files/conf/files/2016-03/cherkasova.pdf>. – Назва з екрана.
2. Словари и энциклопедии на Академии [Електронний ресурс]. – URL: <https://academic.ru/searchall.php?SWord=тренажер&from=xx&to=ru&did=&stype=.-> Назва з екрана.
3. Черненко О. О. Practical lesson № 8. Elements of vector algebra. Алгебра та геометрія. Частина 1 : конспект лекцій для спеціальності 122 денної форми навчання [Електронний ресурс] / О. О. Черненко. – Полтава : ММСІ, ПУЕТ, 2020. – 2 с.
4. Черненко О. О. Практичне заняття № 9. Елементи векторної алгебри. Алгебра та геометрія. Частина 1 : конспект лекцій для спеціальності 122 денної форми навчання [Електронний ресурс] / О. О. Черненко. – Полтава : ММСІ, ПУЕТ, 2020. – 3 с.
5. Черненко О. О. Лекція № 8–9. Елементи векторної алгебри. Лінійні простори. Евклідовий простір. Алгебра та геометрія. Частина 1 : конспект лекцій для спеціальності 122 денної форми навчання [Електронний ресурс] / О. О. Черненко. – Полтава : ММСІ, ПУЕТ, 2020. – 17 с.
6. Черненко О. О. Lektion № 8. Elements of vector algebra. Алгебра та геометрія. Частина 1 : конспект лекцій для спеціальності 122 денної форми навчання [Електронний ресурс] / О. О. Черненко. – Полтава : ММСІ, ПУЕТ, 2020. – 5 с.

УДК 514.742.2+004

ОПТИМІЗАЦІЯ ПЛАНУ ВИРОБНИЦТВА: ПРОГРАМНА РЕАЛІЗАЦІЯ ТРЕНАЖЕРА ДЛЯ ДИСТАНЦІЙНОГО КУРСУ «ПРОЕКТНЕ НАВЧАННЯ З КУРСУ «МЕТОДИ ОПТИМІЗАЦІЇ ТА ДОСЛІДЖЕННЯ ОПЕРАЦІЙ»»

А. В. Мороз, *магістрант спеціальності Комп'ютерні науки*
Л. М. Колєчкіна, *д. ф.-м. н., професор – науковий керівник*

Анотація. У статті розглядається задача оптимізації плану виробництва: програмна реалізація тренажера (моделювання та розв'язування) дистанційного курсу «Проектне навчання з курсу «Методи оптимізації та дослідження операцій».

Ключові слова: математична модель, тренажер, задача оптимізації, розв’язування задачі.

Abstract. The article considers the problem of optimization of the production plan: software implementation of the simulator (modeling and solving) of the distance course “Project training in the course” Methods of optimization and research of operations”.

Keywords: mathematical model, exercise machine, optimization problem, solving the problem.

Тема роботи: «Оптимізація плану виробництва: програмна реалізація тренажера (моделювання та розв’язування) дистанційного курсу «Проектне навчання з курсу «Методи оптимізації та дослідження операцій»».

Актуальність створення програми-тренажера обумовлена тим, що його використання можливе в будь-якому місці та при наявності комп’ютера та первинних даних (програми тренажера, MS Excel).

Об’єкт дослідження – створення тренажера для систем дистанційного навчання.

Предмет роботи – предметом розробки є програма-тренажер, яка має навчити студента будувати математичні моделі задач оптимізації (на прикладі конкретної задачі максимізації) та розв’язувати їх, як самостійно, так і в надбудові Microsoft Excel.

Методи роботи – роботу було розроблено з використанням методу математичного моделювання для складання математичної моделі. Використання MS Excel для розв’язування оптимізаційних задач з використання надбудови «Розв’язувач». Для створення програмами використано мову програмування C++.

В роботі головною задачею є розробка програми-тренажера з теми «Оптимізація плану виробництва: програмна реалізація тренажера (моделювання та розв’язування) дистанційного курсу «Проектне навчання з курсу «Методи оптимізації та дослідження операцій»».

Основними завданням, що впливає з мети роботи є:

- ✓ Вибір мови програмування за для коректної роботи в дистанційному курсі.
- ✓ Складання алгоритму роботи програми «тренажеру».
- ✓ Складання блок-схеми до алгоритму з врахуванням всіх можливих варіантів роботи.
- ✓ Програмна реалізація тренажеру.
- ✓ Перевірка та тестування програми на відповідність та правильність роботи.

Також, є необхідність розглянути вимоги, яким повинен відповідати тренажер.

Основні вимоги до програмного продукту:

1. Під час навчання студента, використовуючи тренажер, студент повинен постійно бачити та розуміти умову задачі.
2. Під час кожного вибору відповіді або при введенні даних необхідно реалізувати механізм перевірки даних та у випадку помилки, виведення повідомлення про не вірну відповідь.
3. На початку роботи з тренажером студент має можливість вибрати мову інтерфейсу (анг. чи укр.).

Створення тренажера відбувається на конкретній задачі максимізації, побудови математичної моделі та її розв'язування, як самостійно, так і в програмному пакеті MS Office – Excel «Розв'язувач».

Задача оптимізації виробництва столів: Підприємство виготовляє письмові столи типів А, В, С, D. Для одного столу типу А необхідно m^2 деревини, а для столу типу В – $3 m^2$, С – $2,5 m^2$, D – $2,7 m^2$. Підприємство може отримати до $600 m^2$ деревини за тиждень. Для виготовлення одного столу типу А потрібно 12 хв роботи обладнання, а для моделі В – 30 хв, С – 25 хв, D – 20 хв. Обладнання може використовуватися 80 год на тиждень. Оцінено, що за тиждень може бути реалізовано до 350 столів.

Відомо, що прибуток від реалізації одного письмового столу типу А становить 30 дол., а типу В – 40 дол., С – 35 дол., D – 37 дол. Скільки столів кожного типу необхідно виготовляти за тиждень? Визначити оптимальну, з точки зору максимізації

прибутку, структуру виготовлення письмових столів різних типів.

Даний тренажер створюється у середовища програмування Microsoft Visual Studio, з використанням мови програмування C++.

Перевагами даного тренажера є те, що він дає можливість студенту самостійно навчитися створювати математичні моделі задач оптимізації (на прикладі конкретної задачі максимізації) та розв'язувати їх як самостійно, так і в надбудові Microsoft Excel «Розв'язувач».

Функції тренажера:

1. На початку роботи з тренажером студент має можливість вибрати мову інтерфейсу (анг. чи укр.).

2. Для зручності під час навчання, студент використовуючи тренажер, буде постійно бачити та розуміти умову задачі.

3. При відповіді студента на питання, якщо відповідь вірна, відбудеться перехід до наступного питання, якщо відповідь не вірна, студенту відкриється повідомлення, що відповідь не вірна.

4. Якщо студент не може вірно відповісти на питання, створена кнопка «Підказка» (в укр. інтерфейсі), яка підказує студенту вірну відповідь на дане питання.

5. Студент має можливість в будь-який момент повернутися до попередніх питань.

6. При відповіді на всі питання, студенту надається 2 варіанти, або повторити навчання, або завершити роботу.

Тренажер буде впроваджено в дистанційний курс ПУЕТ для спеціальності КН в дисципліні «Проектне навчання з методів оптимізації та дослідження операцій», яка вивчається в 5-му семестрі.

Список використаних джерел

1. Методи оптимізації та дослідження операцій (Частина 1) 2018–2019 н. р.: для студентів спеціальності 122 «Комп'ютерні науки та інформаційні технології» [Електронний ресурс] / Ємець О. О. //

Дистанційний курс Полтавського університету економіки та торгівлі. – Полтава : ПУЕТ. – 247 с.

2. Методи оптимізації та дослідження операцій : навч.-метод. посіб. [Електронний ресурс] / О. О. Ємець, Т. О. Парфьонова. – Полтава : ПУЕТ, 2013.
3. Математическое программирование в примерах и задачах / И. Л. Акулич. – Москва : Высш. шк., 1986. – 319 с.

УДК 004.42

РАЗРАБОТКА ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ НА ТЕМУ «КОДИРОВАНИЕ ТЕКСТОВ ШИФРАМИ ЦЕЗАРЯ И ТРИСЕМИУСА»

Э. Ф. Рзаев, магистр специальности Компьютерные науки
образовательная программа «Компьютерные науки»

Т. А. Парфёнова, к. ф.-м. н., доцент – научный руководитель

Аннотация. В мире цифровых технологий защита информации стала актуальным вопросом. Любая информация, которую пользователи передают с помощью электронной почты, мессенджеров Viber, Telegram, WhatsApp, размещают в базах данных или социальных сетях, должна быть защищена. В первую очередь это касается персональных данных, конфиденциальных сообщений, банковской информации, финансовых транзакций, корпоративной информации. Одним из методов защиты информации является ее шифрование. В статье представлено описание алгоритмов и программного обеспечения шифрования и расшифрования с помощью шифров Цезаря и *Трисемиуса*.

Ключевые слова: защита информации, шифр Цезаря, шифр Трисемиуса.

Abstract. In the world of digital technologies, information protection has become an actual problem. Any information that users transmit via e-mail, Viber, Telegram, WhatsApp messengers, post in databases or social networks must be protected. First of all, this concerns personal data, confidential messages, banking information, financial transactions, corporate information. One of the methods for protecting information is its encryption. The article is devoted to a

description of algorithms and software for encryption and decryption using Caesar and Tridemius ciphers.

Key words: information protection, Caesar Cipher, Trithemius Cipher.

Постановка проблемы. Перед созданием программной реализации необходимо в первую очередь ознакомиться с методами шифрования текстовой информации [1]. Обратит пристальное внимание на шифрование русских текстов шифром Цезаря и Трисемиуса. Изучить правила шифрования и дешифрования русских текстов данными шифрами. Изучить вопрос, насколько сложно взломать такие шифровки. Создать алгоритмы шифрования и дешифрования текстовым кодом Цезаря и Трисемиуса и написать программу, которая их реализует. При этом важно предусмотреть в программе удобный и понятный интерфейс, а после написания программы протестировать ее.

Для создания программы использовалась среда программирования Delphi и язык программирования Object Pascal [2–3].

Формулирование цели. Целью работы является создание программы, которая шифрует текстовую информацию, используя шифр Цезаря и Трисемиуса, и расшифровывает шифровки, кодированные этими шифрами.

Изложение основного материала исследования. Шифр Цезаря является шифром подстановки, который состоит в том, что буквы в словах меняются. Каждый раз необходимо использовать вместо текущей буквы ту, которая идет в алфавите четвертой по счету. То есть, следует связать «Г» вместо «А», букву «Д» вместо «Б» и т. д. То есть, каждая буква в зашифрованном сообщении меняется на другую, стоящую в алфавите позже от нее на четыре позиции. Шифр Трисемиуса является усовершенствованием шифра Цезаря.

Создана программа, которая позволяет кодировать и декодировать текстовую информацию заданными шифрами. При запуске программы открывается стартовое окно. Далее при выборе шифра появляются поля с алфавитами сообщения и шифровки, а также для ввода информации, которую нужно закодировать. Также предусмотрен обратный процесс для дешифрования.

При этом шифровка вводится блоками из 5 символов, которые разделены пробелами.

Выводы. Создан программный продукт, который может быть использован в дистанционном курсе «Защита информации» для обучения созданию шифров Цезаря и Трисемиуса. Программа написана на языке Object Pascal в среде программирования Delphi, которая кодирует и раскодирует текстовую информацию на русском языке с помощью шифров Цезаря и Трисемиуса.

Список использованных источников

1. Басов В. Е. Методичний посібник до лабораторних робіт по курсу «Захист інформації» / В. Е. Басов. – Одеса : Одеська національна академія зв'язку ім. О. С. Попова, 2003. – 26 с.
2. Культин Н. Основы программирования в Delphi 2010 / Н. Культин. – Санкт-Петербург : БХВ-Петербург, 2010. – 438 с.
3. Осипов Д. Л. Delphi. Программирование для Windows, OS X, iOS и Android / Д. Л. Осипов. – Санкт-Петербург : БХВ-Петербург, 2014. – 464 с.

УДК 512.643+004

ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДЛЯ ТРЕНАЖЕРА З ТЕМИ «ВИЗНАЧНИКИ» ДИСТАНЦІЙНОГО НАВЧАЛЬНОГО КУРСУ «АЛГЕБРА ТА ГЕОМЕТРІЯ. ЧАСТИНА 1»

***К. А. Сіам**, магістр спеціальності Комп'ютерні науки освіти
програма «Комп'ютерні науки»*

***О. О. Черненко**, к. ф.-м. н., доцент – науковий керівник*

Анотація. У статті розглядається алгоритм, за яким створено програмне забезпечення для тренажера з теми «Визначники» дистанційного навчального курсу «Алгебра та геометрія. Частина 1».

Ключові слова: визначник, алгебра та геометрія, частина 1, програмне забезпечення, тренажер.

Abstract. The article considers the algorithm by which the software for the simulator on the topic “Determinants” of the distance learning course “Algebra and geometry. Part 1”.

Keywords: determinant, algebra and geometry, part 1, software, exercise machine.

Постановка проблеми. Розвиток сучасного суспільства характеризується процесом інформатизації, у першу чергу, інформатизації освіти. У цих умовах наука й освіта повинні постійно вдосконалюватися. Найбільш перспективним напрямком інтенсифікації навчального процесу у вищих навчальних закладах є його комп'ютеризація.

Формування мети. Метою даної статті є алгоритмізувати програмне забезпечення для тренажера з теми «Визначники» дистанційного навчального курсу «Алгебра та геометрія. Частина 1».

Виклад основного матеріалу дослідження. Програмне забезпечення для тренажера з теми «Визначники» при запуску відкриває початковий екран, який містить інформацію про тему, про розробника, елементи переходу до відповідних завдань та елементи перемикавання мови інтерфейсу.

На кожному кроці навчального тренажера присутній елемент керування, при натисненні на який відбувається поява теоретичних матеріалів.

Нижче наведено окремі кроки з теоретичних питань «Основні означення з теми «Визначники» та практичні завдання «Практичні завдання з теми «Визначники 2-го порядку» та «Визначники 3-го порядку».

Основні означення з теми «Визначники»

Крок 3. Оберіть відповідь. За яким правилом розраховується визначник другого порядку?

- ✓ Правило трикутника.
- ✓ Правилом розкладання за елементами відповідного рядка чи стовпця.
- ✓ Правило прямокутника.

Якщо вказано неправильну відповідь, то відображається коротке пояснення: «Визначник другого порядку розраховується за правилом прямокутника». Перехід до наступного кроку.

Крок 4. Оберіть відповідь. За яким правилом розраховується визначник третього порядку?

- ✓ Правило трикутника.
- ✓ Правилом розкладання за елементами відповідного рядка чи стовпця.
- ✓ Правило прямокутника.

Якщо вказано неправильну відповідь, то відображається коротке пояснення: «Визначник третього порядку розраховується за правилом трикутника». Перехід до наступного кроку.

Крок 5. Оберіть відповідь. Скільки сформульовано основних властивостей визначника?

- 2;
- 4;
- 6;
- 8.

Якщо вказано неправильну відповідь, то відображається коротке пояснення: «Основних властивостей визначників сформульовано – 8». Перехід до наступного кроку.

Практичні завдання з теми «Визначник 2-го порядку»

Крок 1. Введіть відповідь. Обчисліть визначник.

$$\begin{vmatrix} 3 & -2 \\ 4 & 1 \end{vmatrix} = \times \cdot \times - \times \cdot \times = \times$$

Якщо не вказана правильна відповідь, то відображається відповідна допомога у вирішенні: « $\begin{vmatrix} 3 & -2 \\ 4 & 1 \end{vmatrix} = 3 \cdot 1 - 4(-2) = 11$ ».

Перехід до наступного кроку.

Крок 4. Ведіть відповідь. Обчисліть визначник.

$$\begin{vmatrix} a+b & a-b \\ a-b & a+b \end{vmatrix} = \times \cdot \times - \times \cdot \times = \times$$

Якщо не вказана правильна відповідь, то відображається відповідна допомога у вирішенні: « $\begin{vmatrix} a+b & a-b \\ a-b & a+b \end{vmatrix} = (a+b)^2 - (a-b)^2 = 4ab$ ». Перехід до наступного кроку.

Практичні завдання з теми «Визначник 3-го порядку»

Крок 2. Введіть та оберіть відповідь. Обчисліть визначник.

$$\begin{vmatrix} 2 & 1 & 3 \\ 5 & 3 & 2 \\ 1 & 4 & 3 \end{vmatrix} = \cancel{2 \cdot 3 \cdot 3} + \cancel{2 \cdot 4 \cdot 2} + \cancel{1 \cdot 3 \cdot 4} - \cancel{5 \cdot 3 \cdot 4} - \cancel{1 \cdot 3 \cdot 2} - \cancel{2 \cdot 4 \cdot 1} =$$

$$= \cancel{2} + \cancel{2} + \cancel{1} - \cancel{5} - \cancel{1} - \cancel{2} = \cancel{0}$$

Якщо не вказана правильна відповідь, то відображається відповідна допомога у вирішенні:

$$\begin{vmatrix} 2 & 1 & 3 \\ 5 & 3 & 2 \\ 1 & 4 & 3 \end{vmatrix} = 2 \cdot 3 \cdot 3 + 5 \cdot 4 \cdot 3 + 1 \cdot 2 \cdot 1 - 3 \cdot 3 \cdot 1 - 2 \cdot 2 \cdot 4 - 5 \cdot 1 \cdot 3 =$$

$$= 18 + 60 + 2 - 9 - 16 - 15 = 40$$

». Перехід до наступного кроку.

Крок 4. Введіть та оберіть відповідь. Обчисліть визначник.

$$\begin{vmatrix} a & x & x \\ x & b & x \\ x & x & c \end{vmatrix} = \cancel{a \cdot x \cdot c} + \cancel{a \cdot x \cdot x} + \cancel{x \cdot b \cdot x} - \cancel{x \cdot x \cdot c} - \cancel{x \cdot b \cdot x} - \cancel{x \cdot x \cdot a} =$$

$$= \cancel{a} + \cancel{x} + \cancel{x} - \cancel{x} - \cancel{x} - \cancel{x} = \cancel{0}$$

Якщо не вказана правильна відповідь, то відображається відповідна допомога у вирішенні:

$$\begin{vmatrix} a & x & x \\ x & b & x \\ x & x & c \end{vmatrix} = a \cdot b \cdot c + x \cdot x \cdot x + x \cdot x \cdot x - x \cdot b \cdot x - a \cdot x \cdot c - x \cdot x \cdot c =$$

$$= 2x^3 - (a + b + c)x^2 + abc$$

». Перехід до наступного кроку.

Висновки. Отже, в статті розглянуто деякі кроки алгоритму, за яким розроблено програмне забезпечення для тренажера з теми «Визначники» дистанційного навчального курсу «Алгебра та геометрія. Частина 1».

Список використаних джерел

1. Лінійна алгебра та аналітична геометрія : навч. посіб. / В. В. Булдигін, І. В. Алексеева, В. О. Гайдей, О. О. Диховичний, Н. Р. Ковалова, Л. Б. Федорова ; за ред. проф. В. В. Булдигіна. – Київ : ТВіМС, 2011. – С. 18-26.
2. Математика ON-LINE. Інформаційний навчальний ресурс. Лекція № 2. Визначники, їх властивості [Електронний ресурс]. – URL: <https://aekmatem.pl.ua/wp-content/uploads/2015/06/L2.pdf>. – Назва з екрана.
3. Лекція. Визначники, їх властивості та обчислення. Матриці. Дії з матрицями. Обернена матриця [Електронний ресурс]. – URL: https://maimo.elit.sumdu.edu.ua/images/stories/docs/zilenko_l1.pdf. – Назва з екрана.
4. Математика ON-LINE. Інформаційний навчальний ресурс. Практичне заняття № 1. Методи обчислення визначників. Дії на матрицями [Електронний ресурс]. – URL: <https://aekmatem.pl.ua/wp-content/uploads/2015/06/P1.pdf>. – Назва з екрана.

УДК 004.588

ПРОГРАМНИЙ КОМПЛЕКС ДЛЯ ВИКОНАННЯ ТА ОЦІНЮВАННЯ ЗАВДАНЬ З ТЕМИ «АНАЛІЗ АЛГОРИТМУ СОРТУВАННЯ ЗЛИТТЯМ» ДИСЦИПЛІНИ «АНАЛІЗ АЛГОРИТМІВ»

*Д. І. Фесенко, магістр спеціальності Комп'ютерні науки
освітня програма «Комп'ютерні науки»*

*Ю. Ф. Олексійчук, к. ф.-м. н., доцент кафедри комп'ютерних
наук та інформаційних технологій – науковий керівник*

Анотація. Розглядається програмний комплекс для виконання та оцінювання завдань з теми «Аналіз алгоритму сортування злиттям» дисципліни «Аналіз алгоритмів».

Ключові слова: алгоритм сортування злиттям, аналіз алгоритмів, тренажер.

Abstract. Software package for performing and evaluating tasks for the topic “Analysis of the merge sorting algorithm” of the discipline “Analysis of algorithms”.

Keywords: merge sorting algorithm, algorithm analysis, simulator.

Постановка проблеми. Головною задачею тренажеру є допомога студенту при самостійному вивченні відповідної теми. Але крім самонавчання актуальною також є проблема перевірки знань студентів різних форм навчання. Особливо це актуально в період карантину, коли неможливо стаціонарно навчатися та викладач не може швидко і якісно перевірити знання студента. До того ж оцінювання буде спонукати студента більш активно працювати із програмою.

Формування мети. Метою статті є створення програмного комплексу з теми «Аналіз алгоритму сортування злиттям» для навчання та перевірки знань студента.

Виклад основного матеріалу дослідження. При створенні програмного комплексу було оглянуто тренажери з різних тем дисципліни «Аналіз алгоритмів» [1–3] та інших дисциплін кафедри математичного моделювання та соціальної інформатики [4–6].

Розроблено дві програми, а саме програма для перевірки знань та програма для верифікації. Доступ до останньої буде лише у викладача.

При запуску програми для перевірки знань, перед студентом з'являється початковий екран, який дозволить вибрати режим роботи: режим тренажеру (без оцінювання) чи режим оцінювання.

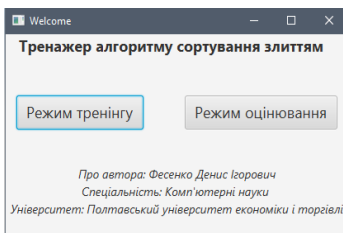


Рисунок 1 – Початковий екран

У випадку вибору режиму з оцінюванням з'явиться вікно, що містить поля для введення імені, прізвища, групи та ключового слова.

Дані студента

Ім'я

Прізвище

Ключове слово

Група

Розпочати

Рисунок 2 – Вікно про власні данні

Далі розпочнеться тренінг, з'являється екран, на якому міститься випадковий приклад, алгоритм злиття та поля для введення відповіді.

Merge Sort

A =

```
MERGE-SORT(A, p, r)
1  if p < r
2    q = ⌊(p + r)/2⌋
3    MERGE-SORT(A, p, q)
4    MERGE-SORT(A, q + 1, r)
5    MERGE(A, p, q, r)

MERGE(A, p, q, r)
1  n1 = q - p + 1
2  n2 = r - q
3  let L[1..n1 + 1] and R[1..n2 + 1] be new arrays
4  for i = 1 to n1
5    L[i] = A[p + i - 1]
6  for j = 1 to n2
7    R[j] = A[q + j]
8  L[n1 + 1] = ∞
9  R[n2 + 1] = ∞
10 i = 1
11 j = 1
12 for k = p to r
13   if L[i] ≤ R[j]
14     A[k] = L[i]
15     i = i + 1
16   else A[k] = R[j]
17     j = j + 1
```

Дано масив A. Викликана процедура Merge-Sort(A, 1, 4).
Який крок алгоритму буде виконуватися першим?

Виберіть процедуру:

Виберіть крок алгоритму:

Введіть значення змінних:

Відправити відповідь

Примітка: якщо треба вписати ∞ напишіть Inf

Log...

Рисунок 3 – Екран тренінгу

Якщо відповідь правильна, вона з'являється знизу в полі Log, якщо не правильна, з'являється вікно яке інформує користувача про неправильну відповідь.

Після того, як користувач завершить відповіді на питання, з'являться тестові питання. Після проходження тестових питання відкривається кінцева форма. В ній буде інформація про успішність проходження студента даної теми. А саме: процент пройдених кроків, кількість помилок різних типів, час початку і завершення прикладу, дані про студента та код, обрахований за допомогою деякої невідомої студенту хеш-функції. Інформацію із цієї форми студент має відправити викладачу.

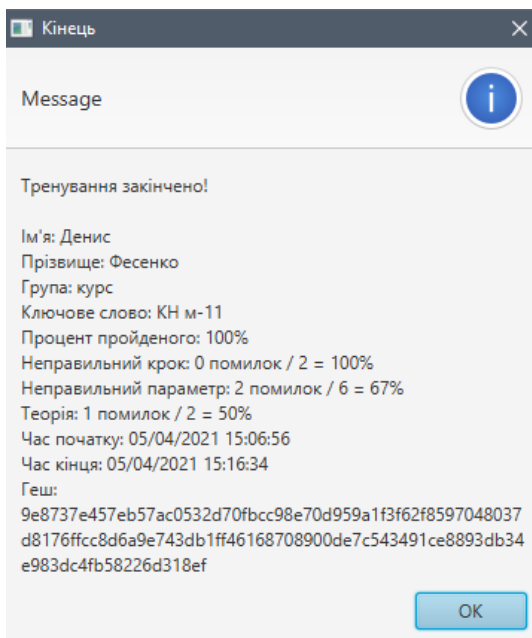


Рисунок 4 – Кінцева форма

Для перевірки викладачем результатів буде використовуватися програма для верифікації, в яку потрібно буде помістити відправлену студентом інформацію.

Якщо студент змінить інформацію про успішність проходження або хоча б один інший символ, то хеш-код не буде співпадати і програма проінформує викладача про це. Таким чином гарантується, що дані не будуть змінені.

Висновки. Для студентів спеціальності «Комп'ютерні науки» розробляється комплекс програм для вивчення та оцінювання знань з теми «Аналіз алгоритму сортування злиттям». Програми допоможуть студенту навчитися розв'язувати завдання з даної теми, а викладачу оцінити успіхи студента. Тренажер буде використовуватися при вивченні відповідної теми дисципліни «Аналіз алгоритмів».

Список використаних джерел

1. Ярмоленко А. В. Алгоритм роботи тренажеру з теми «Асимптотичні оцінки функцій» дисципліни «Аналіз алгоритмів» / А. В. Ярмоленко, Ю. Ф. Олексійчук // Комп'ютерні науки і прикладна математика (КНіПМ-2018) : матеріали наук.-практ. семінару. Вип. 2. – Полтава : Кафедра ММСІ ПУЕТ, 2018. – С. 14–16.
2. Голубенко Вл. О. Програмна реалізація тренажеру з теми «Сортування бульбашками» дисципліни «Аналіз алгоритмів» / В. О. Голубенко, Ю. Ф. Олексійчук // Комп'ютерні науки і прикладна математика (КНіПМ-2018) : матеріали наук.-практ. семінару. Вип. 2. – Полтава : Кафедра ММСІ ПУЕТ, 2018. – С. 6–9.
3. Русін В. С. Програмна реалізація елементів тренажеру з теми «Аналіз алгоритму сортування вставками» дисципліни «Аналіз алгоритмів» / В. С. Русін, Ю. Ф. Олексійчук // Інформатика та системні науки (ІСН-2017) : матеріали VIII Всеукр. наук.-практ. конф. за міжнар. участю (м. Полтава, 16–18 березня 2017 р.) – Полтава : ПУЕТ, 2017. – С. 236–237.
4. Ємець О. О. Про розробку тренажерів для дистанційних курсів кафедрою ММСІ ПУЕТ [Електронний ресурс] / О. О. Ємець // Інформатика та системні науки (ІСН-2015) : матеріали VI Всеукр. наук.-практ. конф. за міжнародною участю, (м. Полтава, 19–21 берез. 2015 р.). – Полтава : ПУЕТ, 2015. – С. 152–161. – URL: <http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/2616>. – Назва з екрана.
5. Парфьонова Т. О. Про розробку тренажерів для дистанційного навчального курсу «Алгебра і геометрія» / Т. О. Парфьонова // Інформатика та системні науки (ІСН-2016) : матеріали VII Всеукр.

наук.-практ. конф. за міжнародною участю, (м. Полтава, 10–12 берез. 2016 р.). – Полтава : ПУЕТ, 2016. – С. 221–223.

6. Чілікіна Т. В. Огляд тренажерів з дисципліни «Математичний аналіз» на прикладі розробок студентів напряму «Інформатика» / Т. В. Чілікіна // Інформатика та системні науки (ІСН-2016): матеріали VII Всеукр. наук.-практ. конф. за міжнародною участю, (м. Полтава, 10–12 берез. 2016 р.). – Полтава : ПУЕТ, 2016.

УДК 514.742.2+004

**СТВОРЕННЯ ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТРЕНАЖЕРА
«МАКСИМАЛІЗАЦІЯ ПРИБУТКУ КОНДИТЕРСЬКОЇ ФАБРИКИ:
АЛГОРИТМІЗАЦІЯ ТА ПРОГРАМУВАННЯ ЕЛЕМЕНТІВ
ТРЕНАЖЕРА З ПОБУДОВИ МАТЕМАТИЧНОЇ МОДЕЛІ»**

В. О. Цехмейстер, *магістр спеціальності Комп'ютерні науки
освітня програма «Комп'ютерні науки»*

Л. М. Колєчкіна, *д. ф.-м. н., професор – науковий керівник*

Анотація. У публікації розглядається алгоритмізація та програмування елементів навчального тренажера побудови математичної моделі задачі «Максимізація прибутку кондитерської фабрики: алгоритмізація та програмування елементів тренажера з побудови математичної моделі».

Наводиться алгоритм тренажеру і принцип роботи, описані кроки роботи тренажеру, програмна реалізація на мові програмування C# в середовищі IDE MS VisualStudio на платформі Unity. Наводяться висновки і списки використаних джерел, які використовувались для статті.

Ключові слова: тренажер, симплекс-метод, алгоритм, програмна реалізація.

Abstract. The publication considers the algorithmization and programming of the elements of the training simulator to build a mathematical model of the problem “Maximizing the profit of the confectionery factory: algorithmization and programming of the elements of the simulator to build a mathematical model”.

The simulator algorithm and the principle of operation, the steps of the simulator, the software implementation in the C# programming language in the IDE MS VisualStudio on the Unity

platform. The conclusions and lists of the used sources which were used for article are resulted.

Keywords: simulator, simplex-method, algorithm, software implementation.

Постановка проблеми. Розвиток інформаційних технологій вимагає від кожного уміння вирішувати проблеми з використанням різних програмних продуктів. В даній статті було вирішено проблему максимізація прибутку кондитерської фабрики. Така задача може бути використана в дистанційному курсі для студентів у вигляді тренажеру.

Формування мети. Мета роботи полягає в алгоритмізації та програмуванні елементів навчального тренажера з побудови математичної моделі задачі. Отже, головним завданням є вивчення алгоритму роботи тренажера у вигляді тестових завдань та практичних задач, написання програми-тренажера.

У навчальному тренажері реалізована сторінка із теоретичною інформацією, та тестування з теоретичної частини. Тестування – покрокове рішення задач. При проходженні тестування, користувач завжди матиме доступ до теоретичного матеріалу, задачі і таблиці.

Симплекс-метод один з основних методів розв'язання задач оптимізації. Цей метод є універсальний, ним можна розв'язати будь-яку задачу лінійного програмування. Він досить часто застосовується при роботі з оптимізаційними задачами. Крім того на основі цього методу будуються і інші підходи методів оптимізації, такі як: модифікований симплекс-метод, двоїстий симплекс метод, та інші. Вивчення цього методу є однією з основних задач. Частина алгоритму тренажера представлена нижче. Описано алгоритм роботи практичної частини тренажеру. Дана частина тренажеру спрямована для вивчення теми «Максимізація прибутку кондитерської фабрики», частинна алгоритму тренажера у який описано покрокові дії.

Виклад основного матеріалу дослідження. Практичні завдання в тренажері реалізовано у вигляді тестів з трьома варіантами відповіді серед яких лише один являється правильним. У випадку вибору користувачем неправильного варіанту відповіді

він отримує відповідне повідомлення з текстом «Не вірно!». Після вибору правильного варіанту відповіді користувач отримує повідомлення «Вірно!» та може продовжити роботу з тренажером, перейшовши на наступне питання.

Крок 1. Після запуску застосунку користувач отримує умову задачі.

Кондитерська фабрика для виробництва трьох видів карамелі використовує три види основної сировини: цукровий пісок, патоку та фруктове пюре. Норми затрат сировини кожного виду на виробництво 1т карамелі даного виду, а також загальна кількість сировини кожного виду, яка може бути використана фабрикою, та наведений прибуток від реалізації 1т карамелі даного виду наведені в табл. 2.1.

Таблиця 2.1 – Умова задачі

Вид сировини	Норми витрат сировини (т) на 1т карамелі			Загальна кількість сировини (т)
	А	В	С	
Цукровий пісок	0,6	0,5	0,6	800
Патока	0,4	0,4	0,3	600
Фруктове пюре	–	0,1	0,1	120
Прибуток від реалізації 1 т продукції (грн)	108	112	126	

Знайти план виробництва карамелі, що забезпечує максимальний прибуток від її реалізації.

Крок 2. Що необхідно знайти в даній задачі?

А) Кількість продукції x_1, x_2, x_3 для максимального прибутку від її реалізації.

Б) Кількість тонн кожної продукції.

В) Кількість прибутку від реалізації кожної сировини.

Правильна відповідь – А)

Крок 3. Який прибуток необхідно визначити у ході розв’язування задачі?

А) Від реалізації кожного типу продукції.

Б) Максимальний прибуток від реалізації кожної сировини.

В) Максимальний прибуток від реалізації всіх типів сировини.

Правильна відповідь – В)

Крок 4. Куди прямує цільова функція при заданих умовах задачі?

А) мах.

Б) мін.

В) 800, 600, 120.

Правильна відповідь – А)

Крок 5. Які є обмеження в умові задачі?

А) Кількість сировини.

Б) Мінімальний прибуток.

В) Все перераховане вище.

Правильна відповідь – А)

Крок 6. Скільки типів сировини наведено в умові задачі?

А) 1.

Б) 2.

В) 3.

Правильна відповідь – В)

Крок 7. Що позначається як x_1 ?

А) Вся кількість цукрового піску.

Б) Вся кількість патоки.

В) Вся кількість фруктового пюре.

Правильна відповідь – А)

По завершенню тренажеру користувач може повторно пройти тестування, або ознайомитись із теорією.

У сучасних умовах подібні задачі будуть розповсюджені у всіх програмах для тестування. Розглянуто алгоритм, за яким розроблено навчальний тренажер. Проведено тестування розробленого програмного забезпечення, результати якого, підтверджують його працездатність і дозволяють рекомендувати його на практиці при використанні для студентів.

Список використаних джерел

1. Ємець О. О. Методичні рекомендації до виконання бакалаврської роботи для студентів за освітньою програмою «Комп'ютерні науки» спеціальності 122 «Комп'ютерні науки та інформаційні технології» галузь знань 12 «Інформаційні технології» / О. О. (Олег) Ємець. – Полтава : ПУЕТ, 2017. – 71 с.
2. Java [Електронний ресурс] // Матеріал з Вікіпедії – вільної енциклопедії. – URL: <http://uk.wikipedia.org/wiki/Java>. – Назва з екрана.
3. Абстрактне синтаксичне дерево [Електронний ресурс]. – URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/>. – Назва з екрана.
4. Кравець В. О. Меморандум створення інформаційної освітньої мережі «Українська дистанційна освіта» / В. О. Кравець, В. М. Кухаренко. – URL: <http://www.osvita.org.ua/distance/ukraine/add/00/> – Назва з екрана.

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ ФІЛОЛОГІЯ

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

УДК 801.8

ОСОБЛИВОСТІ ХУДОЖНЬОГО ТЕКСТУ

К. Т. Бутасєва, магістр спеціальності Філологія освітня програма «Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська»

Н. С. Сухачова, к. філол. н., доцент – науковий керівник

Анотація. У статті розглядаються особливості художнього тексту на відміну від інших видів тексту. Художній текст описує життєві та вигадані події, що призводить до складнощів його аналізу. Автор підкреслює такі ознаки художнього тексту, як наявність мови автора та мови персонажів, присутність ліричного героя, реалізація функції впливу через прогнозування автором ступені активності читача, емоційність, образність, експресивність, естетична функція художнього тексту, національно-культурне забарвлення. Ці особливості призводять до надзвичайно активного використання експресивно-стилістичних засобів у художніх текстах.

Ключові слова: художній текст, автор, ліричний герой, образ, персонаж, тропи.

Abstract. The article considers the features of the literary text in contrast to other types of texts. The literary text describes life and fictional events, which leads to difficulties in its analysis. The author emphasizes the following peculiarities of literary texts: the presence of the author's language and the language of characters, the presence of the lyrical I, the implementation of the function of influence through the author's prediction of the reader's activity, emotionality, imagery, expressiveness, the aesthetic function of the literary text, national colouring. These features of the literary text result in an extremely active use of expressive and stylistic means.

Key words: literary text, author, lyrical I, image, character, tropes.

Постановка проблеми. Художній текст є складним об'єктом лінгвістичного дослідження, так як він розглядається у межах дискурсології, психології, психолінгвістики, соціолінгвістики, літературознавства, когнітивної та комунікативної лінгвістики. Крім цього, у художніх текстах відображаються життєві ситуації, які є моделлю спілкування. У цьому проявляється інша складність їх аналізу, так як, з одного боку, художній твір описує життєві події, а з іншого, – він є вигадкою автора. У кожному художньому тексті представлена як мова автора, так і мова персонажів, – і кожна з них може стати об'єктом лінгвістичного аналізу.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Художній текст часто є об'єктом дослідження в мовознавстві, проте аналіз особливостей художнього тексту залишається актуальним у всі часи, оскільки художній текст є найбільш емоційним та творчим типом тексту. Сучасні дослідження художнього тексту пов'язані з вивченням таких його аспектів, як інтертекстуальність (М. П. Алексєєв, Б. В. Томашевський, М. О. Кузнецова), інтерсеміотичність (Н. І. Андрейчук, Д. Река, І. С. Заярна), екфразис (Т. В. Бовсунівська, Е. А. Городницький), інтердискурсивність (Г. В. Кицак, Н. С. Олизько, В. Е. Чернявська). У рамках філологічних студій художній текст можна вивчати з різних ракурсів, кожен раз відкриваючи щось нове.

Формулювання мети. Метою цієї розвідки є встановлення особливостей художнього тексту, які відрізняють його від текстів інших видів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Згідно з І. Гальперіним, художній текст визначається як витвір мовленнєво-творчого процесу, що характеризується завершеністю, об'єктиований у вигляді письмового документа, літературно оброблений відповідно до типу цього документа, витвір, що складається із назви (заголовку) та низки особливих одиниць (надфразових едностей), об'єднаних різними типами лексичного, граматичного, логічного, стилістичного зв'язку, та має певну цілеспрямованість та прагматичну установку [2, с. 18–19].

По-перше, художній текст спрямований на розкриття чогось нового, раніше невідомого. У художньому тексті, як зазначає М. С. Чаковська, найбільш повно реалізується функція впливу; тут відбувається своєрідне зміщення, яке проявляється в тому, що зміст і вираз певної сукупності мовних одиниць використовується вже не для передачі певного змісту, а стає виразом нового змісту, «метазмісту» [4, с. 57]. Повідомлення починає функціонувати для передачі нового змісту, що виходить за межі семантичного використання мови.

Виділяють три типи інформації в текстах [2, с. 25]:

1) змістово-фактуальна інформація, що стосується подій, фактів, процесів, які здебільшого представлені вербально у предметно-логічних значеннях, що декодуються на основі досвіду адресата;

2) змістово-концептуальна інформація, яка включає індивідуально-авторське розуміння відношень між явищами, що описані засобами попереднього типу інформації; задум автора, його інтенція; сприйняття читачем зв'язків причини і наслідку, їхньої значущості в соціальному, політичному, культурному житті народу, включаючи відносини між окремими людьми;

3) змістово-підтекстова інформація, що виражає імпліцитний зміст тексту, що ґрунтується на здатності одиниць мови породжувати асоціативні й конотативні значення, а також на здатності речень у надфразових єдностях додавати певні смисли.

Змістово-фактуальна та змістово-концептуальна інформація відповідають двом вершинам мовного знаку – денотату (плану вираження) та сигніфікату (плану змісту).

По-друге, у кожному художньому тексті представлена як мова автора, так і мова персонажів. Особливість художнього тексту, в порівнянні з іншими типами тексту, на думку В. П. Беляніна, полягає в тому, що він «є особистісною інтерпретацією дійсності. Письменник описує ті фрагменти дійсності, з якими він знайомий; розвиває такі міркування, які йому близькі й зрозумілі; використовує мовні елементи і метафори, які наповнені для нього особистісним змістом» [1, с. 34].

Третьою ознакою художнього тексту є емоційність. Художній текст не тільки передає емоції свого творця, а й викликає їх у читача. Досить часто різні описи в творі використовуються для того, щоб передати настрій автора. У тексті виражається фантазія літератора, його вміння подати ту чи іншу інформацію, свої почуття та емоції. Тому художній і нехудожній тексти розрізняються за характером впливу – нехудожній впливає на думки (інтелектуальну сферу) адресата, а художній – на думки і почуття (інтелектуальну та емоційну сфери) адресата.

Варто відзначити що, емоційний вплив досягається за допомогою мовних засобів різних рівнів, тому художній текст багатий епітетами, метафорами, порівняннями. Саме на цих засобах будуються образи художнього твору. Інформація в художньому тексті може повідомлятися як експліцитно, так і імпліцитно за допомогою різних іноказань алегорій, символів, алюзій, каламбуру, персоніфікації і т. д.

По-четверте, слід відзначити таку особливість художнього тексту, як передбачувана автором ступінь активності читача, його співучасть у створенні твору. Автор інколи апелює до життєвого і читачького досвіду того, кому текст адресований, розраховує на появу в читача певних асоціацій та домислювання. Художній текст майже завжди кому-небудь адресований і несе певну інформацію. Досить часто така інформація може сприйматися спотворено. Причиною тому може бути відсутність певного життєвого досвіду у читача, наявність іншої точки зору та інші фактори.

Важливою особливістю художнього тексту є наявність ліричного героя. У художньому творі завжди присутній образ автора, який і створює внутрішню єдність тексту. Художній текст не може бути об'єктивним, позбавленим авторської позиції, авторського ставлення до героїв і подій. При цьому не можна змішувати образ автора з образом оповідача, від імені якого ведеться розповідь. Навіть у тих випадках, коли розповідь ведеться від імені одного з персонажів, за спиною у нього завжди стоїть автор, який розмовляє із читачем. І часто саме ця

прихована розмова в художньому творі виявляється важливішою за події, що описуються в тексті.

Шостою ознакою художнього тексту є те, що йому властива категорія цілісності. Його елементи тісно пов'язані між собою і утворюють єдину цілісну структуру. Крім того, він має свою ідею і головну думку. Досить часто неможливо викинути з нього навіть одну пропозицію. У кожному конкретному висловлюванні всі компоненти (прагматичний, комунікативний, емоційно-оціночний) утворюють нерозривну єдність [3].

Художні тексти відрізняються своєю структурною різноманітністю або іншими словами, композицією. У художньому творі можуть чергуватися епізоди, що відносяться до різних сюжетних ліній, можуть змішуватися або зміщуватися хронологічні або логічні плани. Прочитане раніше може переосмислюватися після отримання нової інформації. Автор може свідомо приховувати частину інформації до певного моменту, створюючи деяку двозначність. Все це служить створенню у читача потрібного настрою, враження, допомагає підготувати його до сприйняття подальших подій.

Наступна ознака художнього тексту полягає в тому, що він зазвичай характеризується високим рівнем національно-культурного забарвлення. Незалежно від того, прагне автор до цього чи ні, художній текст завжди відображає особливості того народу, представником якого є автор і мовою якого він пише, і того часу, в якому він живе. Крім того, письменник може свідомо вводити в свій текст національно-культурні реалії, які асоціюються з певним історичним періодом у житті народу.

Відмінною рисою художнього тексту є надзвичайно активне використання тропів і фігур мови. Цю властивість текстів художнього функціонального стилю було помічено ще в давнину. Ми й зараз використовуємо термінологію естетиків античності для позначення деяких художніх прийомів.

Онтологічною властивістю художнього тексту є оціночність, а оціночне поле репрезентує оціночну діяльність людини засобами художньої словесності

Серед інших ознак тексту слід виділити ретроспекцію, проспекцію, членування і континуум, емоційність та експресивність. Поняття «експресія» розглядається як незвичайність мови, виразність, яскравість. Експресивність є засобом вираження особистості автора в мові та створення художніх образів, які є основою художнього тексту.

І нарешті, слід зазначити, що художній текст має естетичний вплив на читача. Цей вплив відбувається завдяки використанню мовних засобів різних рівнів (граматична семантика, фоносемантика, ритмічна організація тексту та ін.). У художньому мовленні відбувається реалізація специфічної естетичної функції мови, метою якої є втілення художньої моделі в тексті. Ця функція переплітається з іншими – прагматичною, комунікативною, емотивною – та посилює їх.

Висновки. Отже, художній текст є складним об'єктом лінгвістичного дослідження, який може вивчатися з різних аспектів, у результаті чого щоразу відкриваються його нові особливості. Основними ознаками художнього тексту є його завершеність, цілісність, оціночність, прагматична установка, ретроспекція, проспекція, членимість і континуум, емоційність та експресивність, передбачуваність, присутність ліричного героя, національне-культурне забарвлення та спрямованість на розкриття чогось нового та невідомого раніше. Ці особливості призводять до надзвичайно активного використання експресивно-стилістичних засобів у художніх текстах.

Список використаних джерел

1. Белянин В. П. Психолінгвістические аспекты художественного текста / Белянин В. П. – Москва : МГУ, 1988. – 120 с.
2. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования / Гальперин И. Р. – 5-е изд., стереотипное. – Москва : КомКнига, 2007. – 144 с.
3. Тураева З. Я. Лингвистика текста : лекции / Тураева З. Я. – Санкт-Петербург : Образование, 2013. – 38 с.
4. Чаковская М. С. Текст как сообщение и взаимодействие / Чаковская М. С. – Москва : Высшая школа, 2006. – 273 с.

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛОМОВНИХ ТЕРМІНОЛОГІЧНИХ НЕОЛОГІЗМІВ У КОМУНІКАЦІЙНІЙ СФЕРІ

А. Р. Вишневська, магістрантка спеціальності Філологія освіти програма «Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська»

В. В. Опанасенко, доктор філософії, ст. викладач кафедри української, іноземних мов та перекладу

Анотація. У статті визначено роль соціальних мереж у формуванні англомовних термінів-неологізмів. Розглянуто перекладацькі прийоми для перекладу нових слів, які належать до різних тематичних груп у комунікаційній сфері.

Ключові слова: переклад, термін-неологізм, соціальні мережі, комунікація.

Abstract. The article defines the role of social networks in the formation of English terms-neologisms. Translation techniques for translating new words that belong to different thematic groups in the field of communication are considered.

Key words: translation, term-neologism, social networks, communication.

Постановка проблеми. Період з кінця ХХ ст. та початок ХХІ ст. в англійській мові характеризується появою великої кількості нових слів. Це сприяло виникненню нової галузі лексикології – неології – науки про неологізми.

Нове слово створюється мовцем у процесі мовлення для здійснення певної комунікативної мети, а не як слово, яке заздалегідь заплановане для поповнення та розширення лексики мови [1, с. 167]. До основних джерел її поповнення новими словами належать соціальні мережі. Доступність смартфонів і вільний вихід в мережу Інтернет розширили можливості спілкування та самовираження. Соціальні мережі стали місцем не лише для онлайн-комунікації, але й великим майданчиком для онлайн-маркетингу.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Проблемі перекладу англомовних термінологічних неологізмів присвячено чимало наукових праць як вітчизняних, так і зарубіжних вчених, зокрема В. І. Заботкіної, Л. А. Пасічної, Т. В. Попової та інших. Але функціонування англомовних термінологічних неологізмів в соціальних мережах та перекладознавчий аспект цього питання залишається недостатньо вивченим.

Формулювання мети. Метою статті є дослідження особливостей перекладу англомовних термінологічних неологізмів у комунікаційній сфері.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сьогодні соціальні мережі є не лише місцем для спілкування молоді, але й бізнес-ареною. Найбільшими маркетинговими майданчиками, в залежності від кількості активних користувачів за місяць, є соціальні мережі: «Facebook» (2 млрд користувачів), «Instagram» (700 млн. користувачів), «Linkedin» (400 млн користувачів) та «Twitter» (320 млн користувачів). Розглянемо термінологічні неологізми, які утворені в цій досить новій сфері.

Нуре – галас та ажітаж в соціальних мережах. За словником, *hype* – ситуація, при якій щось рекламується й обговорюється в газетах або по телевізору з метою привернення уваги [2]. У сучасних засобах масової інформації та соціальних мережах термін або хештег *#hype* вживається у вторинному значенні: «просування в бізнесі за рахунок скандальної рекламної компанії». Наприклад, з блогу однієї великої англомовної компанії з просування у соціальних мережах: «*Did you know that we've worked with, supported, and launched more than 1,000 brands? Join the team that brings the **hype!***» (*Чи знали ви, що ми розробили, підтримали і запустили понад 1 000 брендів? Приєднуйтеся до команди, яка приносить **хайп***) [3]. В українській мові слово є терміном-неологізмом, запозиченим з англійської мови за допомогою транскрибування: «Сьогодні хочу поговорити про **хайп** як інструмент підвищення охоплення та залучення власного облікового запису» [3]. Від зазначеного іменника утворено також дієслово *хайпити(ся)* – отримувати популярність на підставі чогось, що є дуже актуальним в певний проміжок часу.

Вторинне значення з'явилося і в слова *stories* – історії. У соціальних мережах функція *stories* дозволяє додавати фото і відео, які дійсні протягом доби. «**Stories** are the secret sauce of the best social media marketers I know...» (*Сторіз – секретна подзинка кращих маркетологів соціальних мереж, яких я знаю ...*) [4]. На українську мову термін-неологізм передається транслітерацією: «Мене часто запитують: що ж знімати в **Сторіз**?» [3]; або використанням еквівалентної відповідності в прийнятій мові: «Нагадаю, що перегляди та охоплення **Історій** сильно залежать від якості контенту, там діють ті ж закони ранжування» [3].

Бізнес-акаунти також використовують функцію довгострокового збереження *stories*, так звані *highlight stories* (*highlights*). Зручність полягає в тому, що вони розміщуються під описом акаунта; в них закріплена основна інформація для цільової аудиторії, яку не доведеться відшукувати в стрічці. *Highlight stories* можуть бути розділені на декілька тем, і для кожної використана своя обкладинка з назви теми. «...*check out my story or **Ideas Highlight** Cover. I uploaded a mini tuto to show you how to see your average hours spent on IG*» (Подивіться мої актуальні історії з обкладинкою «**Ідеї**». Я завантажила міні-уроки, щоб показати вам, як дізнатися, скільки годин в середньому ви проводите в Інстаграм) [3]. В українській мові для позначення зазначеного поняття використовуються такі способи перекладу: транскрибування: «**Хайлайтс** значно полегшують вашому клієнту пошук інформації»; [3], або калькування: «Багато хто помітив, що я змінила свої іконки для **актуальних історій**» [3].

Конкретизація значення сталася зі словом **storytelling** (оповідь). У сфері онлайн-бізнесу це слово має таке значення: «розповісти історію на тему, пов'язану з лінією комерційного акаунта»: «*Every business has a story to tell. Allow us to help tell that story for you and capture the attention of your target audience. **#storytelling***» (У кожного бізнесу є, що розповісти. Дозвольте нам допомогти вам розповісти цю історію і привернути увагу вашої цільової аудиторії **#сторітеллінг**) [3]. Українською мовою термін-неологізм перекладається за допомогою трансліте-

рації: «**Сторітеллінг** як спосіб просування в соціальних мережах» [3].

Ще один сучасний спосіб привернути увагу до своєї справи – **SFS (Shout out for Shout out)** – «commonly used by Instagrammers to request a return shoutout ... in an effort to get more followers» (Зазвичай використовується інстаграмерам, для отримання взаємного відгуку ... з метою збільшення кількості читачів) [8]. В українській мові неологізм-аббревіатура передається транслітерацією: «Я сподіваюся, що цей **СФС** дав вам поштовх до подальшого розвитку» [3].

IGTV також є інструментом онлайн-маркетингу. Аббревіатура містить слова *Instagram* (Інстаграм) та *TV* (ТВ) являє собою можливість додавати вертикальні відео тривалістю до години. «If you're still not sure about **IGTV**, now's the time to get on board and adjust your marketing strategy – Instagram's video platform is not going anywhere!» (Якщо ви все ще не впевнені в IGTV, зараз саме час підключитися і скоригувати свою маркетингову стратегію – відео-платформа Інстаграму нікуди не йде!) [3]. Українською мовою неологізм перекладається шляхом збереження форми слова, що наявна в іноземній мові: «**IGTV** ще мало хто використовує, особливо в комерційних акаунтах, і за рахунок цього ви можете зачепити свою аудиторію» [3], або транслітерації: «**Інстаграм ТВ**. Інстаграм буде й надалі просувати свій канал» [3].

У словнику Urban Dictionary зустрічається слово, яке називає певного роду користувача соціальних мереж: **normie** – *somebody who has no knowledge over memes and no meme discipline* (**нормі** – той, хто нічого не знає про меми та дисципліну мемів) [8]. На сайті любителів мемів зазначений термін передається за допомогою транслітерації: «словом «**нормі**» називають людину, яка лайкає меми та постить їх у своїй сторінці, але не розуміє значення самих мемів і суті мемної культури» [5].

Для позначення спеціальних лексичних одиниць, які використовуються при розповіді про домашніх тварин в Інтернеті, створено нове слово – **DoggoLingo**: «Do you use **#DoggoLingo** when talking about your pupperino?» (Ви використовуєте **#dogo-**

лінго, коли говорите про своє цуцня?) [7]. На українську мову неологізм перекладається шляхом транслітерації: *«Довідки про хороших хлопчиків тут написані з сильною домішкою догголінго – інтернет-мови, яка ідеально підходить для опису песиків в кращому світі»* [6].

Отже, проаналізувавши зібраний матеріал, розглянемо відсоткове співвідношення способів утворення досліджуваних термінів-неологізмів: словоскладання (46,8 %), словосполучення (23,8 %), афіксація (13,8 %), семантична деривація (7,3 %), конверсія (2,8 %), запозичення (2,8 %), скорочення (1,8 %), помилки/друкарські помилки (0,9 %).

Аналіз використання способів перекладу неологізмів показав, що вибір прийому перекладу не залежить від сфери їх вживання. Так, у тематичній групі «Онлайн-маркетинг» транскрибування й транслітерація складають 75 %, збереження форми слова іноземних мов – 6,2 %, калькування – 6,3 %, еквівалентна відповідність – 6,3 %, лексико-семантична заміна – 6,2 %. У тематичній групі «Онлайн-комунікації» транскрибування/транслітерація складають 100 %.

Висновки. Отже, з-поміж термінів-неологізмів найчисельнішими є ті, які утворені шляхом словоскладання й афіксації, а також неологізми-словосполучення. Рідше зустрічаються семантична деривація, скорочення, конверсія та запозичення. Основними способами перекладу в тематичній групі «Онлайн-маркетинг» є транскрибування/транслітерація, збереження форми слова, наявної в іноземній мові, калькування, еквівалентна відповідність і лексико-семантична заміна. У тематичній групі «Онлайн-комунікації» значно переважає транскрибування/транслітерація.

Список використаних джерел

1. Пасічна Л. А. До проблеми дефініції нового слова в сучасній лінгвістиці / Пасічна Л. А., Попова Т. В. // Вісник ОДУ. – Оренбург : Оренбурзький держ. ун-т, 2015. № 11. – С. 167–171.
2. Cambridge dictionary [Електронний ресурс]. – URL: <https://dictionary.cambridge.org/ru/> (дата звернення: 06.10.2021). – Назва з екрана.

3. Instagram [Електронний ресурс]. – URL: <https://www.instagram> (дата звернення: 02.10.2021). – Назва з екрана.
4. Facebook [Електронний ресурс]. – URL: <https://m.facebook> (дата звернення: 12.10.2021). – Назва з екрана.
5. Memepedia [Електронний ресурс]. – URL: <https://memepedia.ru> (дата звернення: 02.10.2021). – Назва з екрана.
6. Smotri [Електронний ресурс]. – URL: <http://www.smotri.filemegaroom.com> (дата звернення: 02.10.2021).
7. Twitter [Електронний ресурс]. – URL: <https://twitter.com> (дата звернення: 02.10.2021). – Назва з екрана.
8. Urban Dictionary [Електронний ресурс]. – URL: <https://www.urbandictionary.com> (дата звернення: 06.10.2021). – Назва з екрана.

УДК 81'255:82-1(=111:=161.2)

ПЕРЕКЛАД СУЧАСНИХ ПОЕТИЧНИХ ТВОРІВ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ (НА МАТЕРІАЛІ АНГЛОМОВНОЇ ПОЕЗІЇ Х. МОРТ, О. ВОНГА ТА А. ГОРМАН)

К. Дашко, магістр спеціальності Філологія освіти програма «Германські мови та літератури (переклад включно, перша – англійська)»

Н. С. Сухачова, к. філол. н., доцент – науковий керівник

Анотація. У статті визначено потенційні перекладацькі труднощі та проблеми під час перекладу поезії, також виокремлено стратегії перекладу поетичного тексту та особливості віршованого та креативного перекладів. Оцінено якість перекладу віршів. З'ясовано, що креативний переклад має неабиякий потенціал для оптимізації процесу перекладу поезії та його інтеграції в загальні процеси перекладацької галузі.

Ключові слова: перекладацькі труднощі, стратегії перекладу поезії, креативний переклад, особливості віршованого перекладу.

Abstract. The article identifies potential translation difficulties and problems in the translation of poetry, as well as highlights the strategies of translation of a poetic text and the features of poetic and creative translations. The assessment of the quality of the translation of the poems is summed up, the methods and criteria are given.

Creative translation has been shown to have great potential for optimizing the process of poetry translation and its integration into the general processes of the translation industry.

Keywords: translation difficulties, poetry translation strategies, creative translation, features of poetic translation.

Постановка проблеми. Поезія як предмет лінгвістичних та перекладознавчих досліджень має значний потенціал. Проте, останнім часом вона була недооціненою й майже не вивчалася у зв'язку з, так званою, «теорією неперекладності поезії». Тож на сьогоднішній день відчувається гостра потреба у розробці нових підходів та стратегій перекладу віршів, а також конкретних та чітких критеріїв для оцінки його якості. Крім того, останніми роками галузь перекладацьких та мовних послуг переживає сплеск інтересу до художнього перекладу, зокрема перекладу сучасної поезії з різних мов, у тому числі й з англійської, що є одним із найскладніших перекладацьких завдань.

Аналіз основних досліджень та публікацій. Досить велику кількість інформації можна знайти щодо стратегій перекладу, адже багато лінгвістів присвятило свої праці їх дослідженню. Серед них є такі як В. М. Ілюхин, В. С. Виноградов, І. С. Алексєєва, Л. Л. Нелюбин, В. Н. Комісаров. Проте цей напрям, як і будь-який інший, сьогодні не стоїть на місці і постійно розвивається. Змінюються мови, змінюються люди. Тож немає однотайності у вирішенні такого питання як перекладацькі стратегії.

Формулювання мети. Метою статті є вивчення специфіки поетичного жанру як об'єкту перекладу, визначення чітких стратегій перекладу поезії та їх практичне втілення для перекладу віршів Г. Морт, О. Вонга, А. Горман українською мовою, а також виокремлення критерії оцінки якості поетичного перекладу.

Виклад основного матеріалу дослідження. У процесі вивчення теоретичних аспектів перекладу було з'ясовано, що теорія літературного перекладу як наука не має точного визначення. Саме тому, здійснюючи один з найбільш складних видів перекладу – літературний переклад поетичних творів, перекла-

дач може зіткнутися з рядом труднощів. Ці труднощі можуть бути викликані різницею структури англійської, російської та української мов. Наприклад, англійська мова не має відмінків та родових закінчень, або одне і те ж слово може бути прикметником, іменником або навіть прислівником, тоді як в українській та російській мовах немає артиклів та використання присвійних займенників не є обов'язковим [1]. Труднощі поетичного перекладу також викликані різницею в довжині структурних одиниць мови оригіналу та мови перекладу, формами віршування, різницею в сприйнятті тих чи інших образів, зокрема, слів, за допомогою яких вони створені в тій чи тій мові. Перекладач має не просто прекрасно знати мови оригіналу і перекладу, але й розуміти сам контекст та ідею створення віршу [2]. Центральним питанням теорії перекладу лишається всебічний опис та аналіз змістових відносин між цими текстами, розкриття поняття еквівалентності перекладу. «У першу чергу, – наголошує В. Комісаров, – завдання перекладача, безсумнівно, полягає у відтворенні змісту першотвору. Та що це означає? Що становить зміст, котрий відтворюється? Які його компоненти і якою мірою вони відтворюються при перекладі? Відповідь на ці питання дає уміння описувати смислову структуру тексту та зіставляти елементи цієї структури в оригіналі й перекладі» [3, с. 16]. Труднощі перекладу пов'язані з формою та ідеєю віршів, оскільки не легко передати ці два аспекти при перекладі. Тому важливо тримати баланс між ними. Саме це і вважається найскладнішим [4].

Процес перекладу – це процес пошуку схожих рис між мовами та культурами. Визначення цих рис можливе лише тому, що перекладач постійно стикається із відмінностями між ними. Але переклад не може і не повинен бути спрямованим на усунення цих розбіжностей, перекладений текст має бути місцем прояву іншої культури, де читач помічає культурно чуже; переклад має зберігати відмінності, певну чужість оригіналу, нагадувати читачу про надбання та втрати процесу перекладу та про відстань між культурами [5]. Саме в таких випадках і вико-

ристовується, так званий, креативний переклад. Постає питання, чи можливо за допомогою такої методики перекладати поезію. Адже одна справа, коли це стосується реклами якогось бренду тощо, а зовсім інша, коли мова йде мистецтво слова.

У межах нашої роботи прагматичний аспект еквівалентності оцінювався за допомогою двох серій соціологічного опитування (березень 2018 та березень 2019 року), в якому взяли участь загалом 76 студентів 1-4 курсів ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі», майбутніх філологів-перекладачів. За результатами цього опитування найважливішим критерієм успішного перекладу віршу два роки поспіль залишається милозвучність та римування (63 % та 87 % відповідей відповідно). Цей показник відповідає вимозі відтворення поетичної форми, яка є найскладнішою в перекладі поезії.

Невипадковий був вибір авторів творів на переклад. Гелен Морт по праву належить до плеяди видатних молодих британських поетів двадцять першого століття. При цьому її вірші досі не перекладалися українською мовою, і зафіксовано лише кілька аматорських спроб її російськомовних перекладів. Оушен Вонг – молодий, але вже відомий поет і есеїст, лауреат безлічі поетичних премій. А вірші Аманди Горман несуть у собі таку силу мужності та відчаю, що її просто неможливо не помітити. Аманда вважається американською активісткою та поетесою, безліч її робіт присвячені темам расизму, фемінізму, африканської діаспори.

У вірші Аманди Горман «Пагорб, на який ми піднімаємося», який авторка оприлюднила на інаугурації президента США Джо Байдена, є безліч так званих алітерацій, «ігор» слів та чудернацьких образів. Не так давно проводився всеукраїнський конкурс на кращий переклад цього віршу. Було взято приклади перекладів учасників конкурсу та нашого перекладу вірша. Ми переглянули багато перекладів, але проаналізували три з них, взявши до уваги і мій. На жаль, автори не намагалися передати алітерацій. *Benevolent, bold, fierce and free* перший автор переклав як цілісна, вільна, доброзичлива, але відчайдушна й завзя-

та, і другий автор ці слова переклав як ціла, доброзичлива, але смілива, люта і вільна. Ми переклали як безумна й безстрашна, розкована й вільна. Дуже важко одночасно передати і образ, і сутність. Перший і другий автори передали зміст слова «*the weapon*» буквально як знаряддя вбивства. *And the norms and notions of what just is isn't always just-ice* перший автор переклав як: стоятимуть міцною або хиткою кригою, і інший автор: дають нам змогу справедливості на собі відчути. Ми ж намагалися зіграти словами, як і в оригіналі: що мають право у суддів не завжди виявляються правосуддям. Можливо, через спробу перекладу алітерації результат виявився не цілком правильним. У цьому випадку вам доведеться обирати між алітерацією з трохи дотепним текстом або граматично правильним текстом без алітерації. Погодьтеся, важко передати абсолютно кожен картинку. Передача образів і почуттів може бути навіть найважливішою в поезії. Ви можете уникнути алітерації, але в результаті все перекрутиться. Проте образи та почуття, створені автором, є найважливішим у перекладі.

Також ми перекладали вірш «Джордж, який боїться відбитків пальців» сучасної британської поетеси Хелен Морт трьома способами: максимально віршованого та римованого типу, наполовину віршованого та застосували креативний переклад. Слід зазначити, що її поезія представляє певні ескізи емоцій, подані за допомогою як рутинних, більш стандартизованих образів, так і несподіваних. Відповідно до результатів опитування, віршована та добре римована версія вірша не лише отримала найвищі показники з точки зору опитуваних, цей вірш було обрано по таким показникам: приємне звучання та римування (77 % респондентів), передача вірша емоційним тлом (67 % респондентів), найяскравіша стилістична інтерпретація оригінального вірша (65 % респондентів), легкість сприйняття вірша (63 % учасників опитування). Також ми розглядали поезії Оушена Вонга «Колись я полюблю Оушена Вонга» та «Поцілунок пов'єтнамськи» та перекладали їх українською та російською мовами. Якість цих перекладів було оцінено за допомогою

соціологічних досліджень. У ньому взяли участь 45 студентів другого, третього, четвертого та п'ятого курсів навчання Полтавського університету економіки та торгівлі за спеціальністю філологія віком від 17 до 25 років. Відповідно до результатів соціологічного опитування найважливішим критерієм хорошого поетичного перекладу виявилось приємне звучання та римування (78 % респондентів вірш «Коли-небудь я полюблю Оушена Вонга» і 84 % за вірш «Поцілунки по-в'єтнамськи»). Слід зазначити, що ці результати повністю корелюють із результатами отриманими нами в трьох попередніх опитуваннях на основі перекладів інших авторів.

Висновки. Отже, переклад поезії ніколи не буде стовідсотково еквівалентним та адекватним, але не дивлячись ні на що, він завжди існував та існуватиме. Переклад художніх творів має творчий характер. Процес перекладу включає в себе вирішення конкретних завдань зі збереженням структурно-семантичної еквівалентності вихідного й перекладного текстів. Однією із найбільш продуктивних стратегій поетичного тексту є віршований переклад, який вимагає ще й ритму та рими. У поєднанні із збереженнями стилістики та синтаксису тексту оригіналу в результаті ми отримуємо найвищу якість перекладу поетичного твору.

Список використаних джерел

1. Бархударов Л. С. Некоторые проблемы перевода английской поэзии на русский язык / Бархударов Л. С. // Тетради переводчика. Вип. 21. – Москва, 1984. – С. 38–48.
2. Нелюбин Л. Л. Переводоведческий словарь / Нелюбин Л. Л. – Москва, 1999. – 427 с.
3. Комиссаров В. И. Перевод и языковое посредничество / Комиссаров В. И. // Тетради переводчика. – Москва : Высшая школа, 1984. – С. 19–22.
4. Dervishi S. (n.d.). Poetry – Challenges of untranslatability. Faculty of Foreign Languages, 4 (1), 297–308.
5. Паршин А. Теория и практика перевода / Андрей Паршин. – Москва : Наука, 2002. – 202 с.

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ТА ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ЗАГОЛОВКІВ АНГЛОМОВНИХ ГАЗЕТ

А. П. Ільченко, магістр спеціальності Філологія освітня програма «Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська»

В. Л. Іщенко, к. філол. н., доцент – науковий керівник

Анотація. У статті визначено поняття «заголовок», наведена його класифікація на типи та види на основі різних факторів, з'ясовано та досліджено роль і призначення газетних заголовків, проаналізовано структуру, семантику, комунікативне та інформативне наповнення газетних назв. Виявлено, що він має свої власні лексико-семантичні та структурні особливості.

Ключові слова: заголовок, семантика, лексичні особливості, типи заголовків.

Abstract. The article defines the concept of “headline”, it has provided its classification into types and kinds on the basis of various factors. This research has clarified and investigated the role and purpose of newspaper headlines, analyzed the structure, semantics, communicative and informative content of newspaper headlines. It has been found that it has its own lexical-semantic and structural features.

Keywords: headline, semantics, lexical features, types of headlines.

Постановка проблеми. В останні десятиліття спостерігається значна активізація суспільно-політичної діяльності в світі та глобальна інформатизація, що зробило мову ЗМІ одним із основних об'єктів дослідження таких наук, як психолінгвістика, когнітивна лінгвістика, дискурсивний аналіз. На сьогоднішній день сучасна лінгвістика концентрує свою пильну увагу на дослідженні особливостей заголовків газет, адже вони, поряд з телебаченням і радіо, залишаються важливим і затребуваним джерелом інформації.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Дослідженням та аналізом лексико-семантичної специфіки газетних заголовків періодичних видань, проблемами їх перекладу на українську мову займалося чимало науковців, зокрема В. Абашина, В. Безруков, В. Тарасюк, Г. Шипуліна, І. Лисакова, А. Кулакова, Д. Прилюка, М. Скиба та інші. Однак, незважаючи на це, дослідження різноманітних особливостей заголовків англomовних газет залишається актуальним і на даний момент, адже уваги до всебічного висвітлення теорії газетного заголовка все-таки недостатньо. На сьогодні відсутні фундаментальні праці, які б в усій повноті розглядали медіазаголовок з урахуванням специфіки газетного тексту та його лексико-семантичних особливостей.

Формулювання мети. Мета нашого дослідження полягає у дослідженні загальних та лексико-семантичних особливостей заголовків англomовних газет.

Виклад основного матеріалу дослідження. Роль газети в сучасному житті є досить значною, адже газетна публіцистика, як правило, віддзеркалює події та порушує такі щоденні проблеми суспільства, як політика, соціальна сфера, побут, філософія тощо. І саме заголовок допомагає читачеві зорієнтуватись у величезній кількості газетних статей. Заголовок не дає нам загубитись в морі різноманітної інформації, привертаючи нашу увагу до основного. Під впливом заголовка у читача формується власне ставлення до публікації, виникає уявлення про матеріал статті та з'являється можливість зробити правильний вибір для ознайомлення з більш важливою та цінною інформацією.

Однією з найважливіших рис заголовка є його цілеспрямованість, адже його основні завдання – це вираження основної мети повідомлення, встановлення контакту з читачем, привернення його уваги. Така цілеспрямованість заголовка посприяла формуванню окремого стилю газетного заголовку, що має власні унікальні лексико-семантичні особливості.

Заголовки сучасної преси можна розділити на декілька різноманітних типів, що дозволить в свою чергу зробити роботу з ними більш осмисленою. Так, якщо взяти до уваги такий

фактор, як складність, то можна говорити про три наступних типи заголовків:

1. Простий, який має лише одне речення з певною закінченою думкою. При цьому його характер може бути, як ствердним, так і питальним. (*Not everyone hates USA* (The Guardian).

2. Ускладнений, який складається з декількох самостійних частин, що мають логічне завершення та закінчену думку, ствердження або окреме питання, які дозволяють зрозуміти суть матеріалу. (*Once Confined to bed, inventor now walks* (The Guardian).

3. Заголовний комплекс, який складається з основного заголовка і підзаголовків, що мають різну ступінь складності та призначення. (*Best and Worst fashion at Globes. Angelina Jolie. Anne Hathaway. Eva Longoria, Scarlett Johansson.* (The Sun).

Згідно наступної класифікації, яка бере за основу відображення елементів тексту, заголовки можуть бути односпрямованими і комплексними [2].

Односпрямовані заголовки, як правило, співвідносяться з одним елементом смислової структури тексту. Основне завдання таких заголовків полягає у висловленні теми тексту та повідомлення її читачеві. *Weather causes transport problems across country* (The Guardian).

Комплексні заголовки в свою чергу співвідносяться з кількома елементами структурної схеми тексту одночасно. Їх використовують для передачі ускладненої інформації. Вони відрізняються більш високим ступенем інформативності. Такий тип заголовку дозволяє одночасно актуалізувати тему і аналітичну оцінку ситуації. *Vincent Browne: "The present crowd and Fine Gael-Labour crowd will not make any appreciable change".* (The Guardian).

Такий фактор, як повнота вираження будь-якого смислового елемента статті дозволяє розділити заголовки на повноінформативні (такі, що повністю концентрують смисловий компонент тексту) і неповноінформаційні, пунктирні (такі, що в повному обсязі актуалізують смисловий компонент тексту).

В повноінформативних заголовках відображається або тема всього тексту, або його основна думка. (*Christmas Fun for kids* (The Guardian)).

Неповноінформативні, пунктирні містять лише сигнал про предмет мови або його ознаку. Такі заголовки мають нижчий рівень інформативності у порівнянні з повноінформативними, але при цьому можливості для залучення уваги читача значно ширші.

Нами уже згадувалось раніше, що заголовок має дуже важливе значення для збудження інтересу та привернення уваги читача. Як показують психологічні дослідження, близько 80% читачів беруть до уваги саме заголовок при винесенні рішення читати певну статтю чи ні. [3], саме тому так важливо вибрати належний заголовок для публікації. Для цього можна використовувати різноманітний набір мовних засобів, але не слід забувати такі вимоги до заголовку, як доречність та експресивність. Завдяки темі, яка привертає увагу, у читача може сформуватись певне відношення до публікації. Для надання заголовку виразності автор може використовувати речення, які різняться метою висловлювання, наприклад, питальні, розповідні, спонукальні, а також такі, що мають різну емоційну забарвленість. Питальне речення виступає в ролі питанням-роздуму, допомагає підкреслити потрібну думку, висловити припущення. Роль окличних речень — це висловлювання в публіцистичній мові оцінки (презирства, іронії, співчуття, захоплення), спонукання до дії.

В новинах, як правило, перевага надається розповідному заголовку. Такому заголовку притаманний спокійний простий виклад суті. В багатьох випадках, констатуючий заголовок має вигляд ліда (від англ. *Lead* — приводити, вести; керівництво), тобто допомагає підвести читача до більш широких новин, що пояснюють ситуацію, і до «наочних картинок» [3].

Для привернення читачької уваги в газетних заголовках можуть широко використовувати фразеологічні звороти. Основною причиною цього є притаманність фразеологічному фонду різноманітного експресивно-стилістичного забарвлення. Функцію заголовків часто виконують прислів'я, приказки, крилаті

слова, афоризми, широко відомі фрагменти літературних творів, пісень і т. д. Експресивністю такі заголовки наділені завдяки тому, що вони є загальновідомими: *To be or not to be*. (The Times) [4].

Газетним заголовкам також притаманні свої граматичні та синтаксичні особливості. Так, багато англійських і американських газет мають такі дієслівні заголовки, як: *Floods Hit Scotland* (The Guardian), *William Faulkner Is Dead* (CBC News). Дієслівність також притаманна таким заголовкам, які представлені у формі питального речення: *Will There Be Another Major Slump Next Year?* (The NY Times). Цікавою специфікою заголовка в англійській мові є те, що його можна побудувати без підмета: *Want No War Hysteria in Toronto Schools* (Toronto Star), *Hits Arrests of Peace Campaigners*, etc. (The Guardian). Якщо поглянути на більшість англійських та американських газет, то можна помітити часте використання неперфектних форм дієслова. Так, навіть для тих подій, які щойно завершилися або відбулися нещодавно, використовується теперішній простий час: *Russia Condemns West Provocation* (The Telegraph), *Richard Aldington Dies 70* (The Daily Mirror), *Concorde Lands at Heathrow* (The Telegraph). До речі такий тип заголовків є найбільш поширеним; завдяки справжньому історичному часу вони здаються більш жвавими, більш близькими до читача, створюють уявлення того, що він виступає учасником цих подій і тим самим ще більше зацікавлюють його в опублікованому матеріалі.

Що стосується особливостей використання минулого простого часу, то його, як правило, застосовують у заголовках, що безпосередньо стосуються подій у минулому, особливо при конкретизації часу за допомогою відповідної обставини часу: *Husband Disappeared Two Years Ago* (New York Daily News), *Wave of Peace Action Swept the Nation*, etc. (The Independent).

Якщо ж виникає необхідність повідомити заголовок у майбутньому часі, то це, як правило, досягається за допомогою інфінітива: *America To Resume Testing* (The Times), *Laundry Workers To Vote on New Contract* (New York Post), etc.

Що стосується лексичних особливостей лексики заголовків англійських газет, то їхньою характерною особливістю є використання невеликого числа спеціальних слів, що є так званим «заголовним жаргоном» або «заголовним кліше»: *ban, bid, claim, crack, crash, cut, dash, hit, move, pact, plea, probe, quit, quiz, rap, rush, slash* і ін. Така лексика є особливою не лише завдяки частоті її вжитку, але і завдяки універсальності самої семантики. Так, наприклад, слово *pact* в заголовку може мати такі значення, як «пакт», «договір», «угода», «операція» і тому подібне. Слово *red* може бути використано у значенні «комуністичний», «соціалістичний», і «прогресивний»; *bid* може перекладатись як «заклик», «запрошення», і «спроба досягти певної мети» і т. д. [1, с. 130].

Висновки. Отже, проведене дослідження загальних та лексико-семантичних особливостей заголовків дозволяє зробити висновок, що заголовок – це перший сигнал, який заохочує нас до прочитання газети. Саме на нього звертають свою увагу більшість читачів і саме тому його важливими характеристиками є доречність та експресивність, лаконізм та семантична місткість. Лаконічність передбачає максимально стислу та чітку передачу думки, а семантична місткість полягає у здатності уміщувати значну кількість інформації, охоплювати сутність багатьох явищ, подій, фактів тощо. Саме заголовок з такими характеристиками зможе відобразити різні сторони й властивості явищ дійсності.

Результати проведеного вивчення газетних заголовків не вичерпують усіх питань, пов'язаних із їх вивченням, проте дають поштовх для проведення подальших наукових розвідок.

Список використаних джерел

1. Малюга Е. Н. Роль заголовков и подзаголовков в англо-американской прессе / Малюга Е. Н. // Язык, сознание, коммуникация. – 2005. – № 21. – С. 129–138.
2. Лингвистический энциклопедический словарь [Електронний ресурс]. – URL: <http://lingvisticheskiy-slovar.ru>. – Назва з екрана.

3. Карташова Е. П. Интернет-коммуникация: стилистико-языковой аспект / Карташова Е. П., Иерусалимская А. А. – Йошкар-Ола, 2014. – 133 с.
4. [Електронний ресурс]. – URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2016/jan/04/barbados-bust-holiday-shame-environment-agency-philip-dilley-flooding>. – Назва з екрана.

УДК 81'25:811.111

ОСОБЛИВОСТІ ТЕКСТУ ІНТЕРНЕТ-РЕКЛАМИ У СФЕРІ ТУРИЗМУ (СТРУКТУРНИЙ, СЕМАНТИЧНИЙ, ТА ПЕРЕКЛАДАЦЬКИЙ АСПЕКТИ)

А. О. Карпинська, магістр спеціальності Філологія освітня програма «Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська»

В. Л. Іщенко, к. філол. н., доцент – науковий керівник

Анотація. Стаття описує специфіку перекладу текстів інтернет-реклами, зокрема у сфері туризму. У статті аналізується структурна, семантична та перекладацька своєрідність туристичних текстів. Визначено особливості структури туристичних текстів, досліджено вимоги до їх перекладу з урахуванням інтересів цільової аудиторії. Досліджено особливості використання перекладацьких трансформацій на прикладі рекламних текстів туристичних сайтів, виявлено принципи та стилістичні особливості мови, які відіграють визначальну роль при впливі на адресантів рекламних текстів.

Ключові слова: туристичні сайти, рекламний текст, переклад, трансформації, семантика.

Abstract. The article describes the specifics of the translation of Internet advertising texts, in particular in the field of tourism. The article analyzes the structural, semantic and translation originality of tourist texts. The peculiarities of the structure of tourist texts are determined; the requirements for their translation are investigated taking into account the interests of the target audience.

The analysis allows us to state that the compilers of tourist advertising use a wide range of translation transformations at all

language levels. Lexical means of expression make advertising text attractive and unforgettable, and syntax organizes vocabulary and enhances its impact on the recipient.

Keywords: travel sites, advertising text, translation, transformations, semantics.

Постановка проблеми. Протягом останніх кількох років туризм є невід’ємною частиною соціальної та культурної сфери суспільства. Саме тому на сьогоднішній день розвивається і стає загальнодоступною все більша кількість міжнародних туристичних сайтів, зміст яких повинен відповідати потребам та очікуванням представників різних культур усього світу. Досить важливою є правильна інтерпретація інформаційного наповнення ресурсу, тому для того, щоб полегшити взаєморозуміння, а також сприяти розвитку культурних відносин між різними народами, створюються двомовні туристичні сайти. При цьому перекладачеві слід враховувати особливості мови реклами, яка характеризується своєю експресивністю, а також використанням великої кількості виразних засобів, що створюють неординарні, яскраві образи, що привертають увагу адресата.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичною базою дослідження стали наукові праці з теорії та практики перекладу. Проблеми особливостей дослідження перекладу текстів туристичних ресурсів висвітлені в роботах таких дослідників, як Н. О. Бершак, О. Є. Денисенко, І. М. Калініна, А. С. Костирко та ін.

Формулювання мети. Метою нашого дослідження є аналіз структурного, семантичного та перекладацького аспектів текстів туристичних сайтів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Нині дедалі більше лінгвістів стали цікавитися мовою реклами та аналізом її функціонально-стилістичних особливостей. Не можна заперечувати, що рекламний текст має багато рис, властивих публіцистичному стилю, проте різноманіття мовних засобів і прийомів, які використовуються в рекламному тексті, дозволяє стверджувати, що питання про стильову належність рекламного тексту, як і раніше, обговорюється.

Слід зазначити, що переклад туристичних текстів – це переклад реклами, тому перекладач стикається з двома основними завданнями. По-перше, зміст вихідного тексту має бути переданий достовірно і без будь-яких змін, по-друге, текст перекладу повинен зацікавити читача, щоб він захотів відвідати ту чи іншу країну, місцевість. Необхідно також враховувати, що при перекладі велику роль відіграє збереження рівня рекламності, який притаманний тексту оригіналу, а також орієнтація на аудиторію, для якої призначений текст перекладу [1].

Головна мета перекладу – досягнення адекватності. Основне завдання перекладача при досягненні адекватності – вміло застосувати різні перекладацькі трансформації для того, щоб текст перекладу якомога точніше передавав всю інформацію, укладену в тексті оригіналу при дотриманні відповідних норм мови, що перекладає.

При перекладі текстів туристичних ресурсів можуть бути використані такі трансформації: 1) лексичні; 2) граматичні; 3) лексико-граматичні.

Для проведення аналізу було використано тексти наступних туристичних сайтів: <https://www.roughguides.com/> [7], <https://www.goldentours.com/> [5], <http://www.hayscr uise.co.uk/> [6].

Аналізуючи стилістичний аспект рекламного тексту, необхідно докладно зупинитись на принципах та стилістичних особливостях мови, які відіграють визначальну роль при впливі на одержувачів [3]. Розглянемо, як зазначені принципи функціонують у текстах туристичної реклами.

Отже, першим принципом є стислість (компактність), тобто. передача необхідної інформації без використання зайвих слів. У текстах туристичної реклами цей принцип зазвичай реалізується в розділах, що коротко висвітлюють основні моменти послуги.

Наприклад: *Hop on Hop off service with over 60 stops on 3 different routes. Ticket valid for 24 hours. All Open Top buses include free Wi-Fi.*

Розглянувши варіант перекладу цього уривка, ми можемо зробити висновок про те, що перекладачеві не завжди вдається повною мірою зберегти компактність тексту оригіналу, часто

доводиться вдаватися до використання трансформацій. Так, «Hop on Hop off service» – це не що інше як послуга, що надає автобуси, зайти в які і вийти з яких можна в будь-якому місці. Однак перекладач може обійти довгий опис, передавши цю фразу як: «оглядова екскурсія містом». Надати тексту компактність також дозволяє використання цифр «24» та аббревіатур «Wi-Fi».

Наступним принципом є точність. Уважне ставлення до деталей та акцентування уваги на пропозиції є запорукою успішної реклами. Працюючи з реалізацією цього принципу перекладачеві необхідно вдаватися до пошуку готових відповідей.

Логічність, створюється за допомогою послідовно пов'язаних між собою уривків тексту, таке явище в лінгвістиці прийнято називати когезією.

Інформативність, реалізація цього принципу виявляється у послідовному і чіткому вибудовуванні аргументації. Після вивчення тексту реклами в читача має залишитися почуття те, що він остаточно зрозумів отриману інформацію. Також дуже часто укладачі рекламного тексту намагаються заздалегідь передбачити всі питання, які можуть виникнути у споживача та заздалегідь відповісти на них.

Простота викладу, принцип, котрий є головним критерієм, – максимально доступне, просте пояснення суті пропонованого. Зазвичай реалізується він не при описі будь-яких об'єктів, де необхідна образність, а при інформації про розміщення в готелі, наприклад:

Overnight accommodation will be in a 3 hotel (centrally located).*

Така мова тексту зрозуміла кожному реципієнту, отже, автор виклав інформацію доступно.

Необхідним критерієм наступного принципу, оригінальності, є вміння викликати інтерес читача, одним із прийомів, які допомагають авторам привернути увагу, є недововка.

A truly memorable experience, like absolutely nothing else you've ever...

Так автор одночасно переконує читача у винятковості та неповторності даного місця і залишає за читачем право продовжити думку пропозиції. Перекладач тут має право закінчити думку автора або залишити принцип недомовленості як задумано в оригіналі.

І, нарешті, виразності тексту рекламісти зазвичай надають з допомогою використання яскравих образів, фраз. Реклама формує уявлення про подорожі як про «престижні» та «непрестижні», «елітні» та «сімейні», «чоловічі» та «жіночі», «молодіжні» та «солідні» тощо. Семантика рекламного повідомлення реалізується в системі соціальних і культурних смислів, дозволяючи нам пов'язувати предмет туристичної реклами зі статтю, віком, достатком, вподобаннями.

Висновки. Дане дослідження дозволяє зробити висновок, що туристичний рекламний текст має низку характеристик, багато з яких властиві будь-якому рекламному тексту: широке використання метафоричних одиниць, що надають експресії тексту; Висока частотність синтаксичних трансформацій. Також туристичні рекламні тексти мають інші характерні риси, наприклад, активне вживання емоційно-оцінних засобів із позитивною конотацією; висока частотність вживання прикметників у формі простого або складового чудового ступеня; вживання риторичних питань; поєднання розмовного та книжкового синтаксису. Врахування вищезазначених особливостей допомагає перекладачеві, не втративши сенсу, передати його необхідну експресію та конотацію, щоб добитися від читача певної дії чи сприйняття.

Список використаних джерел

1. Бершак Н. О. Особливості перекладу / Бершак Н. О. – Київ : Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка, № 9. Ч. III. 2011. – С. 10–15
2. Денисенко О. Є. Реалізація перекладацьких трансформацій під час перекладу рекламних слоганів / Денисенко О. Є. – 2012. – № 11–12. – 150 с.
3. Калинина И. М. Лингвистический аспект рекламного текста / И. М. Калинина, Е. В. Коваленко // Молодой ученый. – 2015. № 10.5. – С. 42–43.

4. Насонова О. С. Особенности перевода рекламных текстов по туризму / Насонова О. С. – 2013. – № 7-1. – С. 79–82.
5. Golden Tours [Електронний ресурс]. – URL: <https://www.goldentours.com/> – Назва з екрана.
6. Hays Travel [Електронний ресурс]. – URL: <http://www.hayscruise.co.uk/> – Назва з екрана.
7. Rough Guides [Електронний ресурс]. – URL: <https://www.roughguides.com/> – Назва з екрана.

УДК 81'255:81'322]:044

АВТОМАТИЗОВАНІ СИСТЕМИ ПЕРЕКЛАДУ ЯК ПРОГРАМНИЙ ДОДАТОК ДЛЯ ОПТИМІЗАЦІЇ ПРОЦЕСУ ПЕРЕКЛАДУ

***І. Ю. Картіна**, магістр спеціальності Філологія освіти програма «Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська»*

***Н. С. Сухачова**, к. філол. н., доцент – науковий керівник*

Анотація. У статті здійснено аналіз сучасних популярних автоматизованих систем перекладу; досліджено найважливіші аспекти програм комп'ютерного перекладу; виявлено найзручніші з них та проведено порівняльний їх аналіз. Результати дають читачеві уявлення, яка програма зручніша у використанні.

Ключові слова: CAT-система, пам'ять перекладу (ПП), машинний переклад (МП), автоматизований переклад (АП).

Abstract. The article considers the analysis of modern popular automated translation systems. The article explores the most important aspects of computer translation programs. The most convenient of them was identified and their comparative analysis was performed. The results give the reader an idea of which program is easier to use.

Keywords: Computer-Assisted Translation system, CAT, translation memories, machine translation.

Постановка проблеми. Сьогодні інформаційні технології стрімко розвиваються і багато в чому замінюють реальний світ. У світі перекладу це також відбувається в результаті того, що

з'являються нові програми і веб-ресурси, які дозволяють удосконалювати автоматичний переклад текстів. Однак, ці інструменти все ж далекі від досконалості, і поки вони не стануть ідеальними, кращий ресурс, який може використовувати перекладач, – це автоматизовані системи комп'ютерного перекладу. Маємо на меті визначити, що пропонує кожна з цих автоматизованих систем комп'ютерного перекладу, і зрозуміти, яка ж з них буде найефективнішою для роботи перекладача. Крім того, проаналізуємо ці системи.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Дослідженням автоматизованих систем перекладу займалися багато науковців-лінгвістів і перекладачів, зокрема А. С. Ольховська, Л. С. Івашкевич, В. Д. Ігнатенко, А. В. Красуля, М. В. Туреччина та інші. Однак, не зважаючи на це, проблема неудосконаленості автоматизованих систем перекладу, залишається актуальною й донині.

Формулювання мети. Метою статті є аналіз різних типів САТ-систем у сфері перекладу. Для досягнення поставленої мети передбачено ряд завдань: визначити передумови використання технології штучного інтелекту; порівняти та проаналізувати автоматизовані системи; визначити особливості системи САТ у сфері навчання перекладу. Матеріалами дослідження є характеристики системи перекладу САТ (Trados, OmegaT, Memsource).

Виклад основного матеріалу дослідження. Перші кроки до автоматизації перекладу здійснювалися ще в 1960-х роках, коли Франція, Німеччина, Італія, Бельгія, Нідерланди та Люксембург почали роботу над створенням загальної термінології під назвою Eurodicautom [1].

Існує два типи систем автоматизації перекладу: локальні та хмарні. Основна відмінність полягає в тому, де обчислюються й зберігаються дані: перші використовують пристрої користувача, другі – хмарне сховище.

Автоматизований переклад – це переклад текстів з використанням комп'ютерних технологій [1]. Від машинного перекладу (МП) він відрізняється тим, що весь процес перекладу здійснюється людиною, комп'ютер лише допомагає їй створити готовий

текст за менший час або з кращою якістю. Автоматизовані системи перекладу мають багато переваг. Однією з них є широкий спектр інструментів. Наприклад, інструменти комп'ютерного перекладу зазвичай мають перекладацьку пам'ять, яка зберігає попередні переклади для зручного використання під час роботи. База термінів також є невід'ємною частиною майже усіх сучасних автоматизованих систем перекладу, надаючи перекладачам можливість розробляти власні двомовні глосарії у своїх проєктах.

Системи машинного перекладу можуть включати широкий спектр різних функцій. Деякі можуть працювати з різними типами документів, наприклад презентаціями Powerpoint без необхідності конвертувати текст в інший формат файлу. Інші надають доступ до онлайн термінологічних баз даних або допомагають перекладачеві краще керувати пам'яттю перекладів. Крім того, окремі з них базуються на програмному забезпеченні, а інші використовують хмарні сховища.

Багато агентств очікують, що перекладач буде обізнаним з роботою автоматизованих систем перекладу або матиме ліцензію принаймні на одну з програм.

Автоматизована система Trados є найпопулярнішою програмою на ринку перекладу. Вона має повне програмне забезпечення для перекладу, керування термінологією, редагування та оцінення якості перекладу. Доступні різні версії для перекладачів-фрілансерів, які мають річні або безстрокові ліцензії.

OmegaT є найпопулярнішою безкоштовною системою CAT [3]. Ця програма з відкритим кодом, яка пропонує повний спектр функцій і працює на Windows, Mac та Linux. Вона також поєднується з файлами Trados. OmegaT має широкий спектр можливостей: підбір неточних збігів, одночасну обробку проєктів з великою кількістю файлів, одночасне використання декількох програм пам'яті перекладу, використання зовнішніх глосаріїв, підтримку різних форматів (XHTML та HTML, Microsoft Office 2007 XML, OpenOffice.org/StarOffice, XLIFF (Okapi), сумісність з іншими програмами автоматизованого перекладу [2].

Автоматизована система Memsources з'явилася на ринку зовсім недавно, але вже стала такою ж відомою як і Trados. Програма переважно платна, але є безкоштовна версія для особистого використання, однак у неї є певні обмеження. За її допомогою можна одночасно можна перекладати 2 файли. Це відмінний варіант для перекладачів, які шукають свою програму для роботи.

Проаналізуємо найпопулярніші автоматичні системи перекладу наявні в них функції.

Таблиця 1 – Аналіз функцій

	Простота Використання	Кількість мов перекладу одночасно	Наявність мобільного додатку	Виявлення помилок	Посібники для нових користувачів
SDL Trados Studio 2021	Легко	1 або більше	Так	Ні	Так
OmegaT	Середня	1	Ні	Ні	Так
Memsources	Легко	1 або більше	Так	Ні	Так

Як видно з табл. 1, жодна з програм не поступається одна одній. З одного боку, ми бачимо, наскільки легко використовувати й освоїти більшість цих програм, за винятком OmegaT, яка ще й коштує значно дорожче. Крім того, в автоматизованих систем перекладу OmegaT відсутня опція попереднього перекладу, на відміну від програми Trados.

Слід додати ще одну перевагу автоматизованих систем перекладу: на сайті розробників цих програм користувачі можуть знайти навчальні посібники та відеоуроки, які стануть у нагоді початківцям.

Автоматизовані системи перекладу Trados та OmegaT постійно оновлюються та модернізуються, що сприяє їх популярності серед користувачів.

Висновки. Отже, в результаті аналізу автоматизованих систем перекладу можна зробити висновок, що ці системи значно полегшують роботу перекладачам, прискорюючи та скорочуючи процес перекладу

Список використаних джерел

1. Bowker L. Computer-Aided Translation Technology: A Practical Introduction. University of Ottawa Press, 2002. – 220 p.
2. Tabor, J. (2013). CAT Tool Use by Translators: What Are They Using?. [Електронний ресурс]. – URL: <https://prozcomblog.com/2013/03/28/cat-tool-use-by-translators-what-are-theyusing/> – Назва з екрана.
3. Walker A. SDL Trados Studio – A Practical Guide. Birmingham : Packt Publishing Ltd, 2014.196 p.
4. What is Translation Memory? [Електронний ресурс]. – URL: <http://www.translationzone.com/solutions/translation-memory/> – Назва з екрана.

УДК 81'37:[811:111:33]

СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ЕКОНОМІЧНИХ ТЕРМІНІВ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇХ ПЕРЕКЛАДУ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ НА МАТЕРІАЛАХ ЖУРНАЛУ «THE ECONOMIST»

В. М. Кісіль, магістр спеціальності Філологія освіти та програма «Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська»

В. Л. Іщенко, к. філол. н., доцент – науковий керівник

Анотація. Стаття присвячена виявленню та аналізу особливостей текстів зі сфери економіки та бізнесу на матеріалах журналу «The Economist». Досліджено специфічні риси текстів економічної тематики. Класифіковані терміни і стійкі вирази, виявлені в текстах економічної тематики за допомогою методу суцільної вибірки мовного матеріалу; також класифіковані способи їх перекладу на українську мову. Проведено порівняльний аналіз перекладів термінів і кліше на українську мову з оригінальної англійської мови. Вироблені і впорядковані стратегії передачі змісту англомовних текстів економічної тематики.

Ключові слова: економічні терміни, метод суцільної вибірки, жанрова специфіка, адекватний переклад, способи перекладу.

Summary. The research article «Structural and semantic characteristics of economic terms and features of its translation into Ukrainian» is devoted to the identification and analysis of the characteristics of texts of different styles, characterization of the business letter style and texts from the field of economics and business based on the materials from “The Economist”. In this work were investigated the specific features of texts on the economic theme, English economic terms and their analogues in the Ukrainian language, determined the common and different features of the texts of different styles, as well as documents from different branches. The attention is paid to studying theoretical material concerning the styles of the texts, their genre specificity, and their communication features. In this article studied and detailed the features and structure of the business letter style, its genres. The terms and set expressions in the texts on the economic theme with the help of continuous sampling method are classified; ways of their rendering into Ukrainian are also classified. The comparative analysis of translations of the terms and clichés into the language under consideration from the English source language in the economic texts is carried out. Strategies of translation of the contents of English documents into Ukrainian are exploited and put in order.

Key words: economic terms, method of continuous sampling, genre specifics, adequate translation, ways of rendering.

Постановка проблеми. Часто при перекладі не враховуються особливості текстів різних жанрів, заважаючи при цьому їх сприйняття. Нинішній розвиток світової економіки показує, що міжнародне співробітництво між організаціями зростає, отже, зростає попит на кваліфікований переклад різних видів документів.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Такі науковці, як Л. С. Бархударов, В. І. Карабан, Т. Р. Кияк, І. В. Корунець, Л. К. Латішев, Я. І. Рецкер, К. С. Серажим проводять дослідження у сфері теорії перекладу економічних термінів.

Формулювання мети. Мета нашого дослідження полягає у виявленні мовних особливостей перекладу текстів економічного спрямування з англійської мови на українську.

Виклад основного матеріалу дослідження. Хоча англійська мова претендує на роль універсальної мови міжнародного спілкування та основної мови глобальної економіки, на практиці переклад з англійської залишається дуже затребуваною послугою у більшості неангломовних країн світу.

«Особливості перекладу економічного тексту англійською полягають у тому, що у тексті найчастіше зустрічаються англійські терміни. Більше того, все може посилюватися тим, що економічні тексти складаються зі складних та довгих, досить сухих за своїм характером речень. Для того, щоб правильно перекласти економічний текст, дуже важливо мати багатий досвід та навички, тому автоматичний перекладач просто не допоможе.

Ціль при перекладі економічних текстів полягає в тому, щоб донести найбільш правильний переклад з урахуванням відмінностей, що є в економічних реаліях країн. Вона може бути досягнута тільки шляхом виявлення еквівалентних термінів. Завдання в нашому випадку не завжди просте, оскільки багато термінів з'явилися в російській мові порівняно недавно і/або були запозичені з тієї ж англійської мови, а поняття, яким вони відповідають, або відсутні зовсім, або тільки формуються під впливом українських економічних реалій. З цього витікає висновок: перекладаємо поняття, що лежать у смисловій основі висловлювання, а не слова. Цим висновком користуються всі без винятку професійні перекладачі. Але складність перекладу економічних текстів якраз полягає у тому, щоб дати точний переклад конкретним термінам за умови, що поняття через відмінності не завжди збігаються» [1, с. 44–45].

«Терміни можуть мати властивість синонімії: те саме поняття (або предмет) може іноді

позначатися різними словами: *subscriber* – *user* (абонент), *screen* – *shield* (екран), *trolley* – *truck* – *bogie* – *dolly* (Візок). Останні два явища – багатозначність та синонімія суперечать природі функціонування та призначення терміна. Однак при

описі конкретної предметної ситуації, конкретної науково-технічної сфери, терміни не допускають неправильного їх тлумачення» [4, с. 111–112].

Економічна наука, як і вся інша, має власні терміни. У принципі термін однозначний. Проте, чисті терміни дуже рідкісні. Частіше слово-термін має кілька значень.

Наприклад, термін «*economy*»: 1. Наука (*political economy*). 2. Економіка (*народне господарство*). 3. Економія (*кошти*)

«Для успішного здійснення перекладу у розпорядженні перекладача є ряд лексичних і лексико-семантичних трансформацій. На підставі проведених досліджень можна сказати про те, що дуже багато термінів і спеціальної лексики практично є кальки, тобто відтворення не звукового, а комбінаторного складу слова чи словосполучення, коли складові частини слова (морфеми) чи фрази (лексеми) перекладаються відповідними елементами перекладної мови. Наприклад: *economic growth* – економічне зростання, *global downturn* – глобальний економічний спад, *industrial production* – промислове виробництво, *gross domestic product* – внутрішній валовий продукт тощо» [1, с. 132].

Використання транслітерації: export-експорт.

Транскрипція зустрічається при перекладі власних та інших назв: Wall Street Journal – Уолл-стріт джорнал.

Прийом генералізації, тобто розширення значення одиниці мови зустрічається вкрай рідко під час перекладу економічних текстів, так як такі тексти ставлять за мету донести до читача певну інформацію з максимальною точністю та конкретністю.

Конкретизація, тобто звуження вихідного значення, – також зустрічається в економічних тестах, наприклад, *manufacturing output* – не просто обсяги виробництва, а обсяги промислового виробництва.

Можливе використання антонімічного перекладу, тобто заміна ствердної конструкції на негативну чи навпаки: *It's coming, whatever governments do; but they can make it better or worse.* – Що б не робили уряди – це настане. Але вони можуть повернути ситуацію як у кращий, так і в гірший бік. (The Economist, 12 березня, 2020).

«Однією з характерних рис сучасних економічних текстів англійською мовою стає часте використання причинно-наслідкових спілок та логічних зв'язок на початку абзацу, що раніше відзначалося в основному в середині складної пропозиції. Ці слова надають тексту логічності, пов'язуючи його окремі частини. Найчастіше як слова-зв'язки зустрічаються такі прислівники і зв'язки: *firstly, secondly, still, also, consequently, moreover, nevertheless, however, yet, likewise, etc*» [3, с. 96–103].

Ще однією відмінністю економічних текстів є значне переважання пасивних форм та форм простого теперішнього часу.

Висновки. «Відзначені граматичні особливості економічних матеріалів безпосередньо впливають на комунікативний характер таких матеріалів, який має бути відтворений при перекладі. Виявлення мовної специфіки економічного перекладу необхідне для визначення впливу цієї специфіки на процес перекладу, на характер та способи досягнення еквівалентності при переклад економічних термінів. Ступінь такого впливу залежить не тільки від граматичних особливостей оригіналу, а й від їхнього співвідношення з аналогічними явищами у мові перекладу» [2, с. 83–89].

Працюючи з перекладом економічних термінів, перекладач повинен суворо дотримуватись певних стандартів та правил. Тут необхідна увага в роботі з вихідними даними, чітке дотримання термінології. Для того, щоб грамотно виконати економічний переклад, слід бути уважним до дрібниць: у подібних текстах часто буває велика кількість цифр та різних таблиць. При роботі з презентаційними матеріалами економічного характеру рекомендується (незалежно від рівня кваліфікації перекладача) додаткове редагування текстів носієм мови. Таким чином, економічний переклад вимагає відмінного знання термінології та чіткого дотримання форми оригіналу, уважного ставлення до всіх даних та вміння працювати з великими обсягами документації.

Список використаних джерел

1. Гальперін І. Р. Текст як об'єкт лінгвістичного дослідження / І. Р. Гальперін. – Москва : Наука, 2019.

2. Алексеева И. С. Введения в переводоведение / И. С. Алексеева. – Москва : Академия, 2014. – 352 с.
3. Казакова Т. А. Теория перевода [Электронный ресурс] / Т. А. Казакова.
4. Карасик В. И. Мовне коло. Особистість. Концепти. Дискурс / В. И. Карасик. – Москва : Гнозис, 2004. – 390 с.

УДК 81'373.47:81.42]:[811.111:81'25]

МОВНІ ЗАСОБИ ЕКСПРЕСИВНОСТІ АНГЛОМОВНОГО ПУБЛІЦИСТИЧНОГО ДИСКУРСУ В СОЦІОКУЛЬТУРОЛОГІЧНОМУ ФЕНОМЕНІ СУЧАСНОГО КОМУНІКАТИВНОГО ПРОСТОРУ: ПЕРЕКЛАДАЦЬКИЙ АСПЕКТ

О. М. Клімова, магістр спеціальності Філологія освіти та освіти програма «Германські мови та літератури (переклад включно), перша англійська»

Н. С. Сухачова, к. філолог, н., доцент – науковий керівник

Анотація. У статті висвітлено проблематику застосування мовних засобів експресивності в соціокультурному середовищі, визначено способи перекладу цих засобів українською мовою з англійської. Доведено необхідність вивчення мовних засобів експресивності у публіцистичному дискурсі. Досліджено вплив експресивності публіцистичного дискурсу на сприйняття читачів.

Ключові слова: мовні засоби експресивності, публіцистика, соціокультурологічний феномен, комунікативний простір.

Abstract. The article highlights the problems of using linguistic means of expression in the sociocultural environment, identifies ways of translation of these tools from English into Ukrainian. The necessity of studying linguistic means of expressiveness in journalistic discourse has been proved. The influence of expressiveness of journalistic discourse on readers' perception has been studied.

Keywords: linguistic means of expressiveness, publicistic text, sociocultural phenomena, communicative space.

Постановка проблеми. Сучасне суспільство вимагає від сфери публіцистики нових мовних засобів викладу інформації, які б збагачували, робили яскравішим та живішим спілкування між автором та читачами.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Теоретичною основою дослідження стали праці Н. В. Глінки, Я. В. Гнезділової, Г. Мендлера та інших вітчизняних та зарубіжних науковців.

Формулювання мети. Метою нашої статті є дослідження мовних засобів експресивності у англомовному публіцистичному дискурсі та їх впливу на соціокультурне середовище.

Виклад основного матеріалу дослідження. Все частіше застосовуються засоби реалізації експресивності з метою привертання уваги слухачів та читачів. У результаті цього, значно підсилюється емоційне та логічне навантаження висловлювань. Досліджуючи публіцистичні твори, ми повинні розуміти, що автор неминуче висловлює тільки свою суб'єктивну думку щодо теми його дослідження. Ця авторська експресивність знаходить своє вираження у мові, у стилі викладу інформації.

Засновником теорії експресивності у мові є відомий французький лінгвіст Шарль Баллі, представник Женевської лінгвістичної школи. Вчений зазначав, що стилістика вивчає експресивні факти мовної системи з огляду на їхній емоційний зміст, тому головне її завдання – вивчати експресивну систему мовленнєвих фактів. Він пропонує відрізнити експресивність мови від експресивності індивідуального мовлення [1, с. 24].

Сьогодні існує велика кількість засобів, що використовуються для реалізації експресивності. Серед переліку тих, що вживаються найчастіше, слід виокремити наступні групи: експресивна лексика, елементи розмовної мови, експресивні словосполучення як інструмент образного мислення (фразеологізми), а також експресивний синтаксис – сукупність продуктивних і часто вживаних емоційно насичених синтаксичних одиниць, які надають особливу виразність тексту та виконують певні стилістичні функції у сприйманні та розумінні висловлювання, а також вставні конструкції [2, с. 23].

Емоційно-експресивна оцінка забезпечується та підсилюється шляхом вживання різних фонетичних, словотвірних, морфологічних, лексико-фразеологічних засобів, а також синтаксичних і стилістичних конструкцій, які виконують дуже продуктивну роль [2, с. 35].

Також велику роль відіграють неологізми, а саме: словотвірні семантичні неологізми, індивідуально-авторські okazionalizmi. Без сумніву, подібні лексичні одиниці не можуть не привернути увагу читача та слухача.

Окрім неологізмів, для реалізації експресивності, створення настрою конкретної історичної доби, гумористичного та іронічного забарвлення тексту вживають архаїзми, історизми та анахронізми.

У ролі експресивних засобів часто використовують терміни, через можливість їх вживання у переносному значенні. Потужної метафоризації зазнають терміни таких галузей, як спорт, медицина, мистецтво, хімія та інші. Крім того, досить часто вживається розмовна лексика, яка пожвавлює текст.

Досить прикорм є те, що сьогодні значної популярності набули жаргонізми, сленгізми, а також лексика кримінальної сфери. Вживання таких слів має досить негативний вплив на літературні норми мови. Слід зазначити, що подібні слова виховують в аудиторії мовний несмак, популяризують грубе, ненормативне мовлення.

Фразеологізми, які є досить ефективним засобом реалізації експресивності, також набули поширення. Найчастіше використовують розмовно-побутові фразеологізми, що виконують виражену оцінну функцію та фразеологізми з античної міфології.

До синтаксичних засобів реалізації експресивності відносяться такі синтаксичні конструкції, за допомогою яких привертається увага читача, спонукаючи його до роздумів. Питальні речення досить часто реалізують широку гаму емоційно-оцінних значень із високим ступенем експресивності. Кількісний показник питальних речень серед переліку опрацьованих нами прикладів є досить високим. Питальні конструкції сприяють розкриттю емоційно-оцінного значення за допомогою авторизо-

вано-оцінних запитань, які не тільки слугують міркуванням, питанням, а й підкреслюють потрібну думку, виражають припущення, обурення, осуд, незадоволення, здивування, заперечення [7, с. 34].

Окличні речення реалізують емотивно-експресивну функцію мови, передають емоційне ставлення автора до зображуваної ним події чи особи, дають оцінку (презирство, іронію, віру), спонукання до дії. Окличні речення як мовні одиниці, що виражають емоційні переживання того, хто говорить, або його емоційно-інтелектуальне ставлення до фактів і явищ дійсності та вимовляються з особливою, так званою, окличною інтонацією, активно вживаються в репортажах [6, с. 45].

Адекватний переклад неможливий без врахування експресивно-стилістичних особливостей оригіналу. Стилiстична належність слова і його експресивна насиченість часто тісно переплітаються. При перекладі важливим є поняття експресивної конкретизації, яке полягає у заміні стилістично-нейтрального англійського слова чи виразу експресивно-емоційним українським словом. Цей прийом лексико-фразеологічної трансформації залежить від особливостей лексики кожної мов. Важливо зазначити той факт, що лексика української мови, як правило, відзначається більшою експресивністю, ніж англійська. Лексика української мови багата на експресивно-емоційні та експресивно-оцінні слова; в англійській мові їх функцію виконують стилістично нейтральні слова. Це пов'язано, в першу чергу, із частотним використанням суфіксів суб'єктивної оцінки, яких в англійській мові досить невелика кількість.

Англійській лексиці менш властива внутрішня, незалежна від контексту експресивність. Явище експресивної конкретизації безпосередньо пов'язане із більшою предметно-логічною конкретністю побутової (розмовної) лексики української мови.

Передача експресивно-стилістичної оцінки є важливою не лише при перекладі художньої літератури, публіцистичних матеріалів, але й науково-популярних текстів. Якщо у художній літературі стилістичне забарвлення слів та їх образна основа посилюють експресивно-емоційний вплив на читача, то у

суспільно-політичному дискурсі вони більше впливають на ідейно-смыслову сторону висловлювання.

Існує велика кількість способів перекладу засобів реалізації експресивності, які ми детально проаналізуємо. До основних способів перекладу способі перекладу засобів реалізації експресивності належать: транслітерація, транскрипція, калькування, описовий переклад, підбір еквівалента. Наприклад: транслітерація (*holding* «холдинг»), калькування (*kangaroo court* «кенгуровий суд» (пародія на судові засідання; незаконний розгляд справи), описовий переклад метафори *lunar politics* «відірвана від життя політика», підбір еквівалента (*meek as a lamb* «покірний як ягня»).

У публіцистиці головну роль виконує авторська мова (позиція автора є активною, відкритою, його оцінки завжди чіткі та визначені). Авторська мова виконує різноманітні стилістично-естетичні та комунікативні функції.

Найбільш уживаними структурами у публіцистичних текстах на різну тематику є:

1) окличні та питальні (здебільшого риторичні) речення, в яких виражаються емоційні реакції на певні факти дійсності, актуалізується увага читача тощо;

2) спонукальні конструкції, що містять накази, волевиявлення, заклики до дії, активної громадянської позиції;

3) вставні одиниці, які у публіцистичних текстах, крім традиційної, виконують спеціальну стилістичну функцію, а саме: забезпечують динамічність або конкретність викладу;

4) нанизування однорідних членів речення, що сприяє увиразненню предмета мовлення, привертає увагу до поставлених проблем;

5) повтор, який належить до традиційних прийомів образного вираження та смыслової актуалізації в газетних текстах, виступає засобом нарощення авторського впливу, посилення патетично-урочистого або емоційно-збудженого ефекту мовлення, допомагає зосередити увагу читача на значущих елементах повідомлення.

Висновки. Мовні засоби реалізації експресії застосовуються все частіше для привернення уваги слухача чи читача. Слід зазначити, що в результаті цього значно підсилюється емоційне або логічне навантаження висловлювання. Протягом останніх років проблеми експресивності викликає у лінгвістів велике зацікавлення, адже зростає увага до «мовної особистості», а точніше, до опису мови як засобу виявлення. Саме вміння правильно висловлюватись допомагає нам досягати поставлених цілей та реалізувати себе в тій чи іншій галузі. Тому, експресивність розглядається як прояв індивідуальності мовця, що виявляється в почуттях, емоціях і оцінках суб'єкта. Оскільки експресивність може бути притаманна одиниці будь-якого рівня мови, то логічно видається класифікація експресивних засобів відповідно до рівнів мовної структури, що передбачає виділення таких видів експресивних засобів: лексичні, фразеологічні, словотвірні, морфологічні та синтаксичні.

Перекладацький аспект засобів реалізації експресивності англomовного публіцистичного дискурсу передбачає аналіз форми та значення мовної одиниці та підбір відповідника в мові перекладу. Найтиповішими способами перекладу засобів реалізації експресивності є: транскрипція, еквівалентний переклад, та описовий переклад. Варто додати, що при передачі експресивності також вживається антонімічний переклад. Важливо пам'ятати, що використання засобів перекладу залежить від перекладача та його відчуття мови або розуміння того чи іншого способу реалізації експресивності.

Список використаних джерел

1. Баллі Ш. Французька стилістика / Баллі Ш. – Москва : Вид-во іноземної літератури, 1961. – 393 С.
2. Глінка Н. В. Експресивні засоби й стилістичні прийоми вираження експресивності та особливості їх перекладу / Глінка Н. В. // Вісник НТУ «КПІ». – 2013. – № 2. – С. 34–39.
3. Глінка Н. В. Семантико-стилістичні особливості англomовних текстів публіцистичного стилю / Глінка Н. В. // Новітня освіта. – 2014. – № 1. – С. 6–12.

4. Гнезділова Я. В. Емоційність та емотивність сучасного англомовного дискурсу: структурний, семантичний і прагматичний аспекти : дис. / Гнезділова Я. В. – Київ, 2007. – 291 с.
5. Гончар О. С. Публіцистичний дискурс та його функції [Електронний ресурс] / Гончар О. С. – 2010. – URL: <http://lib.chdu.edu.ua/pdf/novitfilolog/21/7.pdf>. – Назва з екрана.
6. Шаховський В. І. Емотивний компонент значення та методи його описання : навч. посіб. до спецкурсу / Шаховський В. І. – Волгоград : Зміна. 1983. – 96 с.
7. Mandler G. Mind and Body: Psychology of emotion and stress / Mandler G. – London : Academia Press, 1975. – 330 p.

УДК 81'37:[811:111:33]

ОСОБЛИВОСТІ СТРУКТУРИ ТА СЕМАНТИКІТЕРМІНОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ СФЕРИ ЕКОНОМІКИ

Т. О. Колісник, магістр спеціальності 035 Філологія освіти та програма «Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська»

В. Л. Іщенко, к. філол. н., доцент – науковий керівник

Анотація. У статті визначено, що мова субмова економіки є системою термінів, яка функціонує в різних ситуаціях економічного життя. Термінологічні одиниці даного типу мови утворюються згідно моделей англійської загальнолітературної мови. Виявлено, що з огляду на структуру економічні терміни утворюються за однокомпонентними та багатокомпонентними моделями. Встановлено, що з точки зору морфологічного складу економічні терміни у більшості випадків є двоконпонентними конструкціями з іменником.

Ключові слова: економічний термін, структура, семантика, компонент, морфологічний склад.

Abstract. The article defines that the language of the sublanguage of economics is a system of terms that operates in different situations of economic life. Terminological units of this type of language are formed according to the models of English general literary language. It is revealed that, taking into account the structure, economic terms

are formed according to one-component and multicomponent models. It is established that from the point of view of morphological composition economic terms in most cases are two-component constructions with noun.

Keywords: economic term, structure, semantics, component, morphological composition.

Постановка проблеми. В умовах швидкого розвитку суспільства та економіки важливість вивчення особливостей формування, функціонування та перекладу термінів є беззаперечною. Слід також зауважити, що економічні терміни функціонують не лише у сфері бізнесу, але вже стали невід'ємною частиною життя суспільства у всіх сферах.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Дослідження термінів взагалі та економічних термінів представлено в працях О. С. Ахманової, В. П. Даниленко, Д. С. Лотте, О. О. Реформатського, О. М. Бортничук, Л. П. Пастушенко, А. Грицьків, О. Дуди та інших вітчизняних та зарубіжних дослідників. Однак, незважаючи на це, дослідження структурного та семантичного аспектів термінологічних одиниць сфери економіки залишається на сьогоднішній день актуальним.

Формулювання мети. Мета цього дослідження полягає у встановленні структурних та семантичних особливостей англійських термінів сфери економіки.

Виклад основного матеріалу дослідження. Дослідження структури та семантики термінів проводилося на матеріалі 350 термінологічних одиниць.

Відібрані термінологічні одиниці досліджувалися з точки зору їх структури та було встановлено, що однослівні терміни вибірки є різними за своєю словотвірною структурою – кореневі (наприклад: *scarce* (дефіцитний)), афіксальні (*unprofitable* та *profitless* (той, що не приносить прибутку)), складні (наприклад: *tax-free* (звільнений від сплати податків)). Кореневі терміни, що функціонують в англійській економічній терміносистемі, представляють собою найменшу частину вибірки (12 %). 95,8 % відібраних кореневих термінів є структурно простими (їх форма збігається з коренем). Проте 4,2 % є результатом структурних

зміщень, які можна простежити при словотвірному аналізі в діяхронії.

Аналіз показав, що твірні основи, представлені іменниками, використовують широкий набір словотворчих засобів. Більша частина розглянутих у дослідженні словотворчих засобів функціонує як у сфері загальнонавчальної мови, так і в сфері мови економіки. Процеси мовного контактування проявляються у створенні значної кількості гібридних похідних основ (51,8 %). Отже, генетичний чинник не є вирішальним при утворенні суфіксальних термінів, що функціонують у економічній терміносистемі. Високу словотворчу активність виявляють твірні основи дієслів при утворенні похідних основ термінів. Однак, більшою активністю характеризуються твірні основи дієслів зі значенням дії, що визначається загальними тенденціями сучасної мови економіки. Для реалізації словотворчих можливостей в утворенні похідних термінів, дієслівні твірні основи різного походження використовують широкий набір суфіксів. У результаті утворюється значна кількість гібридних похідних термінів (56,5 %).

В утворенні похідних складних термінів беруть участь твірні основи різних частин мови – прикметника, дієслова, іменника, числівника – що мають різне походження. Найбільшою активністю характеризуються автохтонні твірні основи кореневих прикметників (60,7 %). Моделі похідних префіксальних термінологічних одиниць характеризуються високою продуктивністю – за ними утворено 34,9 % відібраних термінів. Високі кількісні показники реалізованості словотворчих потенцій при утворенні похідних основ способом префіксації зумовлені тим, що англійський префіксальний арсенал мови економіки більш кількісно та якісно не обмежений у можливостях актуалізації певного поняття.

Багатослівні термінологічні одиниці сфери економіки утворюються за дво- (наприклад: *economically passive* (економічно неактивний (пасивний)), *foreign debt* (зовнішній борг), *free market* (вільний ринок), три- (наприклад: *free economic zone* (вільна економічна зона), *foreign trade turnover* (зовнішній товарообіг),

large costal shipping (великий каботаж)) та чотири- (наприклад: *capital external national debt* (капітальний зовнішній державний борг), *capitalist enterprize balance sheet* (баланс капіталістичного підприємства)) компонентними моделями, що характеризуються різним ступенем вживання в мові, що залежить від екстралінгвістичних чинників, а саме від потреби у вказаному типі термінологічних словосполучень. Найпродуктивнішою моделлю синтаксичного способу термінотворення є прикметник + іменник, за якою утворено близько 57 % відібраних багатослівних термінологічних одиниць.

Компоненти багатослівних термінологічних одиниць можуть характеризуватися абсолютно стійкими або відносно стійкими зв'язками. Відносно стійкий зв'язок між компонентами означає, що складові зберігають у термінологічному словосполученні пряме значення. Значення ж термінологічних одиниць з абсолютною стійкістю не виводиться зі значення їх складових. Для сфери економіки більш характерними є багатослівні термінологічні одиниці з відносно стійким зв'язком. Їх частка складає 67 % вибірки.

Досліджувані терміни були розділені на вісім лексико-семантичних груп. Ґрунтуючись на результатах аналізу, можна зробити висновок про те, що характерними для економічної терміносистеми є термінологічні словосполучення, що реалізують значення динамічної, кількісної та темпоральної характеристик (близько 44 %). Меншими за кількістю є лексико-семантичні групи зі значенням локативності, форми або конфігурації, фізичної характеристики, абстрактних понять, соціальної характеристики. Цей факт можна пояснити необхідністю передачі динаміки, кількісних та часових характеристик, що є важливим для сфери економіки.

Висновки. Отже, в результаті дослідження структурних та семантичних особливостей термінів сфери економіки можна зробити висновок, що зазначені одиниці утворюються на основі загальноновживаної лексики за її нормами та законами з використанням продуктивних моделей англійської загальнолітературної мови. Виходячи з результатів дослідження морфологіч-

ного складу, ми можемо стверджувати що економічні багатослівні термінологічні одиниці найчастіше утворюються за моделлю прикметник + іменник. Меншими за кількістю є термінологічні словосполучення утворені за три- та чотирикомпонентними моделями.

Перспективний напрямок подальших досліджень вбачається в дослідженні особливостей перекладу англійських багатослівних термінів сфери економіки на українську мову.

Список використаних джерел

1. Бортничук О. М. Особливості словотворення у бізнесовому мовленні / О. М. Бортничук, Л. П. Пастушенко // Наукова спадщина проф. Ю. О. Жлуктенка та сучасне мовознавство. – Київ : Вид-во Київського нац. ун-ту ім. Т. Шевченка, 2000. – С. 31–36.
2. Грицьків А. В. Використання загальноновживаної лексики у фахових термінах (на прикладі англомовної фінансової термінології) / А. А. Грицьків // Мовні і концептуальні картини світу. – Київ : Вид-во Київського ун-ту ім. Т. Шевченка, 1998. – С. 51–57.
3. Дуда О. І. Процеси термінологізації в сучасній англійській мові (на матеріалі літератури з кредитно-банківської справи) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 «Германські мови» / О. І. Дуда. – Київ, 2001. – 20 с.
4. Лотка О. М. Англомовна термінологія фінансово-економічних взаємин : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 «Германські мови» / О. М. Лотка. – Київ, 2000. – 20 с.

УДК 81'25=111(82-92)

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛОМОВНИХ ЮРИДИЧНИХ ТЕРМІНІВ ТА ПРОБЛЕМИ ЇХ ПЕРЕКЛАДУ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

О. О. Кульчій, *магістрант спеціальності Філологія освіти та програма «Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська»*

Н. С. Сухачова, *к. філол. н., доцент – науковий керівник*

Анотація. У статті визначено поняття «юридичний термін», визначено основні підходи до здійснення їх перекладу з англійської мови, зокрема такі, як: пошук еквівалента, аналога

та описовий; висвітлено основні проблемні питання, які виникають у процесі здійснення перекладу юридичних термінів та текстів загалом, значимості розуміння контексту у ході здійснення перекладу.

Ключові слова: юридичний термін, переклад, еквівалент, контекст.

Abstract. The article defines the concept of «legal term», identifies the main approaches to the implementation of their translation from English, such as: a search for an equivalent, a search for an analogue and a descriptive method, highlights the main problematic issues arising in the process of translation of legal terms and texts in general, the importance of understanding the context in the process of translation.

Keywords: legal term, translation, equivalent, context.

Постановка проблеми. Процеси інтеграції України до світового співтовариства (як економічної, так і політичної) породжують необхідність правильного транскордонного застосування різноманітної термінології. Особливе значення при цьому сіл приділити правильному застосуванню англomовної юридичної термінології у змісті міжнародних актів, які підписує наша держава, а також юридичній термінології, що застосовується у зовнішньоекономічних та інших договорах учасників цивільних та господарських відносин, які викладаються англійською мовою. Слід зауважити, що на практиці у випадках, коли текст договору наводиться одночасно двома мовами, одна із них завжди визначається як пріоритетна на випадок виникнення розбіжностей в інтерпретації змісту договору. І пріоритет, як правило, буде належати саме англomовному тексту договору. Саме тому правильність перекладу англomовних юридичних термінів українською мовою з урахуванням їх лексико-семантичних особливостей відіграє важливе значення, оскільки їх неправильний переклад і, відповідно, застосування можуть впливати на права та законні інтереси учасників правовідносин.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Дослідження лексико-семантичних особливостей англomовних юридичних термінів та проблемним питанням їх перекладу українською

мовою здійснювали чимало науковців, зокрема В. Згурська, В. Карабан, О. Чепіль, М. Миронова, І. Шумило та О. Карпушина, Ю. Мазнева, А. Яворницька, та інші. Однак проблема перекладу українською мовою англomовних юридичних термінів не втрачає своєї актуальності (зокрема, з причини подальшого розвитку та поповнення термінологічної системи).

Формулювання мети. Метою дослідження є визначення основних особливостей (проблемних питань) перекладу англomовних юридичних термінів українською мовою (з позицій лексичної семантики).

Виклад основного матеріалу дослідження. Поняття «юридичний термін» у науці розглядається із контрaверсійних позицій. М. Любченко у своєму дослідженні проаналізувала найбільш розповсюджені підходи до його дефініції та обґрунтувала власне визначення юридичного терміна – «це слово або словосполучення, яке виступає узагальненим найменуванням певного правового поняття або поняття, яке не є правовим, але в результаті функціонування у сфері юриспруденції набуває специфічних значеннєвих відтінків, вводиться в обіг представниками юридичної науки або законодавцем, характеризується емоційною нейтральністю та відносною стійкістю» [4, с. 45]. При цьому авторка зауважує, що у англо-американській правовій системі значний вплив на формування юридичної термінології здійснюють суди.

Про необхідність і важливість правильного і точного перекладу юридичних текстів загалом і, зокрема, термінів уже було зазначено вище. При цьому у перекладача з може виникати ряд труднощів, до яких можна віднести: важливу роль «контексту», у якому застосовуються ті чи інші терміни (залежно від цього вони можуть мати різне значення), застосування спеціальної лексики, яка не використовується у повсякденному спілкуванні, синонімічних понять, абревіатур, скорочень, специфічних фразеологізмів, іншомовних слів (передусім латинських) тощо [6]. Компетентність перекладача відіграє у подібних ситуаціях важливу роль. На думку Л. Чулінди одним із джерел нових термінів в українській мові може бути перекладацька діяльність.

Аде перекладач може передати іншомовний термін, якого немає в українській мові, за допомогою транслітерації або дати описову конструкцію правового поняття українськими словами, які утворюють терміносполучення [цит. за: 3, с. 224].

Будь-яким термін, у т.ч. юридичний, повинен бути точним і лаконічним. Однак вимога точності нерідко переважає, що призводить до виникнення складних багатокомпонентних термінів, які є більш однозначними, але менш зручними у застосуванні, що, у свою чергу, зумовлює їх скорочення та використання аббревіатур, що може додатково ускладнювати переклад [2].

Поняття перекладу має багато значень. Автору імпонує підхід, запропонований науковцем і перекладачем М. Габровським: «переклад – це суспільна функція комунікативного посередництва між людьми, які користуються різними мовними системами, що реалізується в ході психофізичної діяльності білінгва щодо відображення реальної дійсності на основі його індивідуальних здібностей інтерпретатора, що здійснює перехід від однієї семіотичної системи до іншої з метою еквівалентної, тобто максимально повної, але завжди часткової, передачі системи смислів, вкладеної у вихідному повідомленні, від одного комуніканта до іншого» [1, с. 214].

Важливим завданням сучасної філологічної науки є обґрунтування принципів перекладу юридичних термінів, у тому числі – у випадках виникнення ускладнень.

Переклад багатокомпонентних термінів, як правило, труднющів не викликає. Визначальний компонент або головне слово такого терміна виступає в ролі родового поняття по відношенню до всього терміна. Визначальний компонент виражає головний смисл, головне значення терміна.

Переклад багатокомпонентних термінів починають з перекладу іменника, який є основним компонентом, і тому послідовно переводять кожну смислове групу, найчастіше справа наліво [5].

Залежно від того, чи є в українській мові прями відповідники перекладних одиниць чи ні застосовують такі поняття як аналог та еквівалент.

Еквівалентом є лексична одиниця мови, якою здійснюється переклад, що повністю відповідає за значенням одиниці, яка перекладається. Аналог – це одна з деяких лексичних одиниць, кожна з яких за певних умов може відповідати перекладній одиниці.

З огляду на це можна визначити три основних підходи до перекладу юридичних термінів: переклад з допомогою еквівалента, пошук аналога і описовий переклад [7].

З огляду на те, що юридичний переклад повинен бути максимально точним зрозуміло, що найбільше відповідає його потребам саме пошук еквівалента. Однак у випадку перекладу англійських юридичних термінів це суттєво ускладнюється тим, що термінологія суттєво залежить від системи національного права. Англійські країни практично завжди належать до так званої англо-саксонської (острівної) правової сім'ї, яка має багато принципових відмінностей від романо-германської (континентальної), до якої, зокрема, належить і Україна. Це призводить до того, що у деяких випадках термінологічна неузгодженість обумовлена тим, що в Україні просто відсутні певні правові явища, для яких у англійській мові існують спеціальні терміни (наприклад, до 2004 р. це можна було б застосувати до поняття «trust») (і навпаки).

Переклад юридичних текстів повинен враховувати відмінності правових систем країн мови перекладу і оригінальної. Текст оригіналу побудований за правилами, встановленими нормативами його країни походження, і використовує відповідні формулювання. Текст перекладеного документа повинен точно відображати зміст оригіналу і всі його юридичні тонкощі, але при цьому будуватися за правилами іншої правової системи і керуватись іншими термінами [5].

Перекладач не зможе правильно і точно здійснити переклад, якщо він не знає чи не розуміє контексту документа. Як найпростіший приклад потенційної багатозначності можна

навести термін *law*, який залежно від контексту можна перекласти і як *право* і як *закон*.

Терміни *interest* і *charges* поза контекстом можуть бути перекладені як завгодно: *інтерес*, *податок*; *звинувачення*, *плата*. У контексті ж податкових документів ці терміни, застосовані поряд, означають *відсотки, що підлягають оплаті*.

Окрім спеціальних юридичних термінів нерідко використовуються слова, яким поряд із загальновживаним надається вузьке юридичне значення. Як приклад можна навести англomовні договори або інші документи, пов'язані з договірним правом. Доволі часто у них використовуються такі слова як «offer» (значення – *пропозиція укласти договір*), «consideration» (значення – *зустрічне задоволення для сторони договору, ціна, що підлягає оплаті за договором*) або «assignment» (значення – *передача права*). У таких випадках також необхідно враховувати контекст.

Висновки. Таким чином, юридична англomовна термінологія як складова частина відповідних текстів вимагає професійного підходу. Найкращим прийомом їх відтворення в українській мові є погук еквівалентів, які б повністю відповідали перекладеному терміну за своїм юридичним значенням. Однак це ускладнюється необхідністю врахування контексту (під цим у т. ч. мається на увазі зміст правових відносин, яких стосується текст, що підлягає перекладу) а також відмінності правових систем, які у ряді випадків унеможливають віднайдення точних відповідників юридичних термінів. Відтак, якісний переклад юридичних текстів неможливий без певних знань у сфері відповідної галузі права, розуміння специфіки правовідносин.

Список використаних джерел

1. Гарбовский Н. К. Теория перевода : учебник / Гарбовский Н. К. – Москва : Изд-во Моск. ун-та, 2004. 544 с.
2. Єльнікова Н. І. Лексико-семантичні особливості юридичної термінології / Єльнікова Н. І. // Сучасні проблеми соціально-гуманітарних наук : матеріали міжвузівської конф., (Харків, 2 червня 2017 р.), МВС України, ХНУВС. – Харків : ХНУВС, 2017. – С. 24–27.

3. Ключко М. Джерела походження та способи творення юридичних термінів України [Електронний ресурс] / Ключко М. // Вісник Академії правових наук України. – 2009. – № 4. – С. 223–231. – URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/varpu_2009_4_21. – Назва з екрана.
4. Любченко М. І. Юридична термінологія: поняття, особливості, види : монографія / Любченко М. І. – Харків : ТОВ «Вид-во Права людини», 2015. – 280 с.
5. Миронова М. С. Особливості перекладу юридичної термінології з англійської мови на українську. Правове життя сучасної України : матеріали Міжнар. наук. конф. проф.-викл. та аспірант. складу (м. Одеса, 16–17 травня 2013 р.) / відп. за вип. В. М. Дрьомін ; НУ «ОЮА». Півд. регіон. центр НАПрН України. – Одеса : Фенікс, 2013. – Т. 1. – С. 653–655.
6. Шумило І. І. Труднощі перекладу юридичних термінів англійської мови [Електронний ресурс] / Шумило І. І., Карпушина М. Г. // Молодий вчений. – 2017. – № 12. – С. 275–278. – URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2017_12_65. – Назва з екрана.
7. Яворницька А. Особливості перекладу термінів у юридичних текстах / Яворницька А. // Українська мова в юриспруденції: стан, проблеми, перспективи : матеріали XV Всеукр. наук.-практ. конф. (Київ, 28 листоп. 2019 р.) : у 2 ч. / [редкол.: В. В. Черней, С. Д. Гусарев, С. С. Чернявський та ін.]. – Київ : Нац. акад. внутр. справ, 2019. – Ч. 2. – С. 162–165.

УДК 811.111–028.16:81'1

ВЕРБАЛІЗАЦІЯ КОНЦЕПТУ GENDER У СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

І. С. Лещенко, магістр спеціальності Філологія освітня програма «Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська»

Н. С. Сухачова, к. філол. н., доцент – науковий керівник

Анотація. Проблема співвідношення слова і концепту залишається одним із центральних теоретичних завдань когнітивної лінгвістики. У статті окреслено сучасні підходи до дослідження концепту, проаналізовано засоби його вербалізації в лінгвістиці та здійснено лексикографічний аналіз концепту *GENDER* у сучасній англійській мові.

Ключові слова: концепт, лінгвістика, вербалізація, граматичне значення слова, лексичне значення слова, лексема.

Abstract. The issue of correlation between word and its concept is one of the main theoretical aims in cognitive linguistics. The article outlines modern approaches to the concept studying, reviews the means of its verbalization in linguistics and makes the lexicographical analysis of *GENDER* concept in modern English.

Key words: concept, linguistic, verbalization, grammatical meaning of a word, lexical meaning of a word, lexeme.

Постановка проблеми. Бачення та сприйняття людиною об'єктивної реальності визначається за допомогою різних концептів, які зберігаються в її свідомості. Концепт *GENDER* поєднує в собі індивідуальне та колективне соціокультурне, оскільки індивідуальне знання є відображенням колективного знання, переломленого через особистий досвід. І хоча зазначений концепт є універсальним, однак його реальне семантичне наповнення є динамічним і залежить від часових, етнокультурних, соціальних, психологічних та ін. чинників, а тому привертає увагу як об'єкт аналізу і засіб інтерпретації.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Наразі концепт привертає увагу дослідників як об'єкт аналізу і засіб інтерпретації та досліджується з точки зору різних лінгвістичних парадигм: лінгвокультурології (А. Загнітко, В. Карасик, С. Воркачов, Ю. Степанов, Краснобаєва-Чорна, В. Телія, Н. Арутюнова, В. Жайворонок, В. Маслова, Г. Слишкін), когнітивної лінгвістики (С. Жаботинська, О. Воробйова, Р. Ленгекер, В. Чейф, Ч. Філлмор, Дж. Лакофф, Л. Талмі, Г. Яворська, З. Попова, С. Аскольдов, О. Бабушкін, М. Болдирєв, О. Кубрякова, А. Приходько, О. Селіванова, Д. Ліхачов, Й. Стернін), психолінгвістики (Е. Бейтс, І. Штерн, Є. Кларк, О. Залевська, Л. Засекіна, О. Єфименко). Проте поза увагою дослідників залишається дослідження засобів вербалізації концепту *GENDER*, що й обумовило вибір нашого дослідження.

Формулювання мети. Мета нашого дослідження – з'ясувати особливості змістового наповнення концепту *GENDER* у сучасній англійській мові.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасна лінгвістика розглядає мову як складний когнітивний процес – феномен ментальної та психічної діяльності індивіда. Вчені стверджують, що мова виявляє й об'єктивує те, що людина бачить і як інтерпретує світ [1].

Об'єктом сучасних когнітивних досліджень є когнітивні процеси, пов'язані з освоєнням та інтерпретацією людиною світу. Результатом таких процесів є концептуальна картина світу, тобто впорядкована система знань індивіда про світ, основним елементом якої є концепт.

У сучасній лінгвістиці існує багато дефініцій терміну «концепт», які ґрунтуються на різних підходах. Прибічники *лінгвокогнітивного підходу*, одного з двох основних підходів у сучасному мовознавстві, розглядають концепт, як одиницю ментальної інформації, основу знань про світ. *Лінгвокультурний підхід* тлумачить концепт як елемент національної лінгвокультури, в поєднанні з національними цінностями та особливостями певного предмета чи явища. Прихильники такого підходу вважають, що концепт містить відчуття, емоції, образи та символи.

Неоднозначним є питання щодо залежності концепту від мовної вербалізації. Одні мовознавці вважають, що концепти є повністю вербалізованими та допускають можливість переведення його змісту у словесну форму мови, інші дотримуються думки, що концепт має невербальну природу. Існує ще одна думка, яка полягає в тому, що лише частина мовної інформації має концептуальну прив'язку, а решта представлена в психіці ментальними репрезентаціями іншого типу – образами, картинками, схемами. Відтак, у лінгвокогнітології та лінгвокультурології вербалізацію розуміють як вираження концепту або його окремих ознак мовними засобами.

Вербалізація концепту в мові відбувається за допомогою лексичних і фразеологічних одиниць, дослідження яких проводиться спираючись на аналіз лексикографічних джерел (тезаурусних, тлумачних, синонімічних, фразеологічних словників), а також суб'єктивний мовний досвід дослідника. Такий лексикографічний аналіз встановлює відношення між граматичним та

лексичним значенням мовної одиниці. *Граматичне значення* – абстрактне мовне значення, яке регулярно вживається у мові. *Лексичне значення* слова – його внутрішнє значення, зміст, який відображається у свідомості індивіда та закріплює в ній уявлення про різні предмети, процеси та явища. Лексичне значення є продуктом розумової діяльності людини та не може існувати без граматичного значення і навпаки.

Розглянемо способи вираження *граматичного значення* ключової лексеми концепту *GENDER*, яка виступає іменником. Іменник – це самостійна частина мови, яка означає предмет, явище або особу і відповідає на питання хто? (до істот) або що? (до неістот). Лексема «gender» є простим іменником та може бути як злічуваним (*The gene is activated in both genders*), так і незлічуваним (*There are gender differences in everything from physical size to play style*), та вживатися як в однині (*Please, state your name, birth date and gender*), так і в множині (*Some languages do not use genders*).

За синтаксичними функціями лексема «gender» найчастіше виступає підметом (*Gender refers to the characteristics of women, men, girls and boys that are socially constructed*), але може бути іменною частиною складеного присудка (*One particular area of concern is gender*), означенням (*I don't think it's a gender based decision*), додатком (*Issue of gender includes all aspects and concerns related to women's and men's lives and situation in society*) або обставиною (*Data on wages and salaries classified by gender*). Враховуючи синтаксичну багатозначність лексеми «gender», можемо здогадатись про її інтенсивне використання в англomовній картині світу.

Щодо *лексичного значення* мовної одиниці, існує декілька підходів до її аналізу: семасіологічний та ономасіологічний. Як визначає О. Селіванова «Ономасіологія орієнтується на мовця, який переводить позамовний зміст у мовну форму, на відміну від семасіології, яка висуває на перший план адресата, що сприймає цю форму та співвідносить її з позамовним змістом» [2]. Враховуючи те, що найповніший лексикографічний опис здійснюється лише за сукупністю дефініцій із різних лексико-

графічних джерел, у роботі було проаналізовано 5 англомовних лінгвістичних тлумачних та тезаурусних електронних словників.

Розглянемо наявність компонентів значення лексеми «gender» в англомовних лексикографічних джерелах.

Перше значення англійського іменника «gender» використовується на позначення граматичної категорії рід:

- «*a grammatical category, often designated as male, female, or neuter, used in the classification of nouns, pronouns, adjectives, and verbs*» [3];

- «*each of the classes (masculine, feminine and sometimes neuter) into which nouns, pronouns and adjectives are divided*» [4];

- «*the system in some languages of marking words such as nouns, adjectives, and pronouns as being masculine, feminine, or neuter*» [5];

- «*a subclass within a grammatical class (such as noun, pronoun, adjective, or verb) of a language that is partly arbitrary but also partly based on distinguishable characteristics (such as shape, social rank, manner of existence, or sex)*» [6];

- «*the grammatical arrangement of nouns, pronouns and adjectives into masculine, feminine, and neuter types in some languages*» [7].

Наприклад: *I often get the gender wrong when I'm trying to speak Ukrainian.*

Семантика другого значення іменника «gender» безпосередньо пов'язана з біологічною статтю людини:

- «*either of the two divisions, designated female and male, by which most organisms are classified on the basis of their reproductive organs and functions; sex*» [3];

- «*the fact of being male or female, especially when considered with reference to social and cultural differences, rather than differences in biology*» [4];

- «*the fact of being male or female*» [5];

- «*the behavioral, cultural, or psychological traits typically associated with one sex*» [6];

- «*the male or female sex, or the state of being either male or female*» [7].

Наприклад: *Does this test show the gender of the baby?*

Слід зазначити, що згідно з англomовними лексикографічними джерелами головним синонімом концепту *GENDER* на морфологічному рівні є іменник *SEX*, що свідчить про подібність понять, які вони репрезентують.

У третьому значенні слово «gender» є загальною назвою на позначення групи чоловіків або жінок:

- «*females or males considered as a group*» [3];
- «*members of a particular gender as a group*» [4];
- «*males or females, considered as a group*» [5];
- «*all males, or all females, considered as one group*» [7].

Наприклад: *In my opinion both genders are capable of taking care of little children.*

Проведений лексикографічний аналіз дав можливість визначити, класифікувати та порівняти найуживаніші словникові значення лексеми «gender» на іменниковому рівні та виявити її додаткові ознаки.

Висновки. Дослідження вербалізації концепту *GENDER* проводилось на лінгвокогнітивному та лінгвокультурному підходах. Ми встановили, що концепти виражаються у мові лише частково та об'єктивуються лексемами, значення яких ми досліджували на основі словникових тлумачень. Результативність проведеного наукового дослідження забезпечив лексикографічний аналіз концепту *GENDER* у сучасній англійській мові, у ході якого було вивчено особливості лексико-граматичного значення лексеми «gender».

У ході нашого дослідження ми дійшли висновку, що концепт *GENDER* не обмежується лише значенням граматичної категорії роду, а й використовується як взаємозамінне до слова *стать* та репрезентує соціальні ролі чоловік та жінок у сучасному суспільстві.

Список використаних джерел

1. Жайворонок В. В. Проблема концептуальної картини світу та мовного її відображення / Жайворонок В. В. // Культура народів Причерномор'я. – 2002. – № 32. – С. 51–53.

2. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми : підручник / Селіванова О. О. – Полтава : Довкілля-К, 2008. – 711 с.
3. The American Heritage Dictionary of the English Language URL: <https://www.ahdictionary.com/>
4. Oxford Learner's Dictionaries [Електронний ресурс]. – URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/> – Назва з екрана.
5. Longman Dictionary of Contemporary English [Електронний ресурс]. – URL: <https://www.ldoceonline.com/> – Назва з екрана.
6. Merriam-Webster Dictionary [Електронний ресурс]. – URL: <https://www.merriam-webster.com/> – Назва з екрана.
7. Cambridge Dictionary [Електронний ресурс]. – URL: <https://dictionary.cambridge.org/ru/> – Назва з екрана.

УДК 81'37:[811:111:33]

ЛЕКСИКО-ГРАМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ КОНТРАКТІВ І ДОГОВОРІВ

К. М. Нестеренко, магістр спеціальності Філологія освіти та програма «Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська»

В. Л. Іщенко, к. філол. н., доцент – науковий керівник

Анотація. У статті проаналізовано особливості мови контрактів і договорів, виявлено, і проаналізовано лексико-граматичні особливості перекладу контрактів і договорів. Зроблено висновки стосовно розв'язання певних перекладацьких проблем, пов'язаних із перекладом договорів. Практична цінність результатів дослідження полягає у можливості їх використання при перекладі певних текстів.

Ключові слова: договір, контракт, лексико-граматичні особливості перекладу, перекладацькі трансформації.

Abstract. The article analyzes the features of the language of contracts and agreements, identifies and analyzes the lexical and grammatical features of the translation of contracts and agreements. Conclusions are made regarding the solution of certain translation problems related to the translation of contracts. The practical value of the research results lies in the possibility of their use in the translation of certain texts.

Keywords: agreement, contract, lexical and grammatical features of translation, translation transformations.

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку суспільства будь-яка галузь економіки характеризується наявністю міжнародного співробітництва. Варто відзначити, що ефективність такого співробітництва буде залежати від того, наскільки грамотно і професійно складена і перекладена документація, в тому числі контракти та договори. У зв'язку з цим укладачі цих документів потребують професійно виконаного перекладу договорів і контрактів, які представляють собою саму велику групу документів, що застосовується у всіх сферах економічного співробітництва.

Інтерес до проблеми складання і перекладу контрактів і договорів не випадковий. На даному етапі все більше людей стають залученими до світу ділових відносин. Контракт необхідний для успішної угоди. Він ілюструє серйозність договірних сторін і визначає їх обов'язки один перед одним. Таким чином, кожна стадія комерційної угоди повинна бути заснована на юридичній базі і оформлена за правилами офіційно-ділового стилю.

Проблема перекладу контрактів і договорів представляє собою важливе завдання, оскільки будь-яке ділове рішення між іноземними партнерами підтверджується за допомогою контрактів і угод. Письмова форма є гарантією того, що покупці і продавці, виробники та замовники, імпортери та експортери будуть взаємодіяти відповідно до певної ділової стратегії, а їх інтереси будуть враховані партнерами

Аналіз основних досліджень і публікацій. Дослідженням лексико-граматичних особливостей перекладу займалося чимало науковців. Вагомий внесок у розробку проблеми внесли Л. С. Бархударов, В. Е. Бреус, В. Н. Комісаров, В. В. Коптілов, Я. І. Рецкер, А. В. Федоров, які займались вивченням особливостей та проблем процесу перекладу загалом та особливо перекладу науково-технічної літератури. Проблемам перекладу текстів економічного характеру присвячені роботи В. Калюжної [2], В. Карабана [3], К. Адамса [4], В. Іщенко [1] та інших науковців. Однак, незважаючи на це, дослідження лексико-грама-

тичні особливості перекладу контрактів і договорів залишається актуальним і на сьогоднішній день.

Формулювання мети. Метою нашого дослідження є опис особливостей перекладу офіційно-ділових документів (контрактів і договорів) з англійської мови на українську.

Виклад основного матеріалу дослідження. У наші дні мова досліджується з точки зору її взаємодії з культурою, а тексти перекладу розглядаються в контексті культури приймаючої мови. З цієї точки зору переклад розглядається в якості посередника в процесі розуміння різних культур, у здійсненні контрактів і міжкультурному спілкуванні.

Переклад документів у галузі бізнесу та міжнародного співробітництва – один з найскладніших видів перекладу, оскільки він вимагає від перекладача ерудованості, обізнаності в теорії дискурсу, семантиці, значних фонових знань і професійних перекладацьких компетенцій. Переклад контрактів і договорів не може бути здійснений адекватно лише при наявності у перекладача знань у сферах права та економіки, і специфіки документообігу. Існує також потреба в знаннях у галузі бізнесу, лексикології та знаннях термінології вихідної мови та мови перекладу.

Мета документа, який написано в офіційно-діловому стилі, полягає в тому, щоб дійти чіткої згоди в питаннях політики, торгівлі, пропозиції послуг та ін. Будь-який документ має забезпечити абсолютну ясність суті питання, виразити головні умови, яких зобов'язуються дотримувати обидві сторони договору.

Функціональне призначення ділового тексту полягає в досягненні домовленості між двома і більше сторонами. Офіційно-ділова сфера спілкування, а також функціональна спрямованість ділового тексту багато в чому визначають його особливості.

Офіційно-діловий стиль обслуговує виключно офіційні та надзвичайно важливі сфери людських взаємин: відносини між державною владою та населенням, між країнами, між підприємствами, установами й організаціями, між особистістю та суспільством.

Мова контрактів і договорів повинна насамперед відповідати нормам загальнолітературного вжитку, тобто нормам сучасної української та англійської літературних мов, які безпосередньо не зв'язані з особливостями того чи іншого стилю, тих чи інших конкретних, вузькоспеціалізованих умов спілкування.

Лексико-граматичні особливості перекладу контрактів і договорів полягають перш за все в використанні термінів і професіоналізмів відповідно до тематики і змісту документа. Важливою складовою при перекладі контракту є застосування однакової термінології, змінення чисел, стандартні вирази або кліше. Широке використання кліше в мові договорів і контрактів можна визнати цілком правомірним явищем.

Більш того, мовні формули є юридично значущими компонентами тексту, без яких документ не має достатньої юридичної сили.

Контракти і договори представляють інтерес і з граматичної точки зору. Основна функція будь-якого контракту або договору полягає у визначенні взаємних прав і обов'язків сторін. У зв'язку з цим, серед граматичних особливостей перекладу договорів і контрактів насамперед були виділені способи вираження повинності, умови, широке застосування складних поширених речень.

Переклад контрактів і договорів має свої особливості, до яких відносяться особливості побудови речень, специфічна, часто термінологічна, лексика, наявність лексичних шаблонів. Важливо зберегти і синтаксичну структуру оригіналу тексту настільки, наскільки це можливо.

Проведене дослідження також показало, що для мови контрактів та договорів, найбільш характерним є використання функціональної заміни при перекладі присудка. Наприклад:

Members may be suspended from the exercise of the rights and privileges... – здійснення членських прав і привілеїв може бути призупинено...

При перекладі граматичних форм, що є характерними для основних пунктів договорів на українську мову, часто виникає

потреба у застосуванні граматичних трансформацій, різного роду змін граматичних елементів мови оригіналу під час перекладу з метою адекватної передачі їх семантичних, стилістичних і прагматичних характеристик із врахуванням норм мови перекладу та мовленнєвих традицій культури мови перекладу. Найбільш поширеними трансформаціями, які застосовуються при перекладі офіційних текстів є заміна частин мови і членів речення, додавання і опущення слів, зміна порядку слів, зміна структури речення (повністю або частково). Перераховані трансформації можуть застосовуватися як окремо, так, досить часто при перекладі одного і того ж речення можуть застосовуватися кілька трансформацій одночасно.

Висновки. Отже, в результаті дослідження особливостей перекладу контрактів і договорів можна зробити висновок, що найбільш поширеними трансформаціями, які застосовуються при перекладі офіційних текстів є зміна порядку слів, зміна структури речення (повністю або частково), заміну частин мови і членів речення, додавання і опущення слів.

Перспективний напрямок подальших філологічних розвідок вбачається в дослідженні особливостей перекладу англійських економічних термінів, які вживаються у текстах контрактів та договорів на українську мову.

Список використаних джерел

1. Іщенко В. Л. Особливості полікомпонентних економічних структурному, семантичному і перекладацькому аспектах / Іщенко В. Л., Горбуньова С. О. // Лінгвістика : зб. наук. пр. – № 1 (42) (2020) – Старобільськ : ЛНУ ім. Т. Шевченка, 2020 – С. 114–124.
2. Калюжна В. В. Стиль англомовних документів / В. В. Калюжна. – Київ : Наукова думка, 1982. – 88 с.
3. Карабан В. І. Переклад англійської наукової і технічної літератури. Граматичні труднощі, лексичні, термінологічні та жанрово-стилістичні проблеми / В. І. Карабан. – Вінниця : Нова книга, 2002. – 564 с.
4. Adams K. Translating English Language Contracts // ITI Bulletin. – Milton Keynes : ITI Bulletin, 2004. – P. 17–19.

ОСОБЛИВОСТІ УТВОРЕННЯ НОВОЇ ЛЕКСИКИ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ ТА СМС-ПОВІДОМЛЕННЯХ

О. В. Тимошенко, магістр спеціальності Філологія освітня програма «Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська»

В. Л. Іщенко, к. філол. н., доцент – науковий керівник

Анотація. У статті описано роль англійської мови в сучасному світі та поглиблено теоретичні засади поняття словотвору та морфеми. Метою даного дослідження є проаналізувати способи словотвору в англійській мові, а також вивчити вплив соціальних мереж на сучасне суспільство та дослідити соціальні мережі як платформу для творення нових слів. В результаті зроблено спробу систематизувати способи словотвору в соціальних мережах та смс-повідомленнях загалом, а також у групах слів, розмежованих за лексичним значенням та частиною мови зокрема.

Ключові слова: мова соціальних мереж, способи словотвору, префіксація, суфіксація, основоскладання.

Abstract. The article describes the role of English in the modern world and deepens the theoretical foundations of the concept of word formation and morphemes. The purpose of this study is to analyze the ways of word formation in English, as well as to study the impact of social networks on modern society and to explore social networks as a platform for creating new words. As a result, an attempt was made to systematize the ways of word formation in social networks and SMS-messages in general, as well as in groups of words, separated by lexical meaning and part of speech in particular.

Keywords: language of social networks, ways of word formation, prefixation, suffixation, composition.

Постановка проблеми. Англійська – одна з найпоширеніших мов світу. За останніми оцінками більше 375 мільйонів людей вважають англійську своєю першою мовою, а майже 375 мільйонів володіють нею як другою. Більше ніж 80 відсотків

світової інформації, що зберігається в електронному вигляді у світі, є англomовною, а дві третини вчених у всьому світі розмовляють англійською. Сьогодні в світі існує 40 мільйонів користувачів Інтернету, 80 відсотків з яких спілкуються англійською. Англійська є або офіційною мовою, або має спеціальний статус у більш ніж 75 країнах світу. Саме тому англійська стрімко розвивається, збагачується новими словами: з'являються нові поняття і, відповідно, необхідність їх назвати. Отже, роль словотвору відіграє вкрай важливе значення.

Крім того багато людей з усього світу, незалежно від віку, користуються різними соціальними мережами в Інтернеті. Facebook, Twitter, Skype, ICQ, Tumblr, Snapchat, Instagram швидко знайшли місце в нашому житті. Область застосування соціальних мереж настільки велика, що зараз вкрай складно зустріти людину, яка б не мала уявлення про їх існування. Соціальні мережі створюють принципово нові якості соціальної взаємодії, яка має вплив на всі сфери людського життя. Люди використовують Інтернет для відправки повідомлень один одному, спілкування, поширення цікавої інформації, висловлення своєї думки, відпочинку [3].

Аналіз основних досліджень і публікацій. Дослідженням структурних та-семантичних особливостей англійської мови присвячено чимало робіт науковців, зокрема Ю. Зацного, В. Іщенко, Н. Михальчук, О. Онищенко та інших. Однак, дослідження аспектів утворення англomовної лексики в соціальних мережах та смс-повідомленнях залишається на сьогоднішній день актуальним.

Формулювання мети. Мета роботи полягає у вивченні інформативної структури англійського словотвору та встановленні найбільш вживаного і популярного способу словотвору, як загалом, так і в окремих категоріях за змістом та частиною мови.

Виклад основного матеріалу дослідження. Дане дослідження присвячено способам словотвору у сфері соціальних мереж, адже мова розвивається разом з Інтернет-технологіями,

тому важливо розуміти у якому руслі рухається лінгвістика у даній темі.

Для аналізу бувовідібрано 200 слів, які пов'язані з соціальними мережами та Інтернетом у цілому, та є найбільш вживаними в усіх соціальних мережах. Ці слова допоможуть визначити найпопулярніший спосіб словотвору, які частини мови утворюються ним та яка з можливих підтем розвивається найшвидше.

У запропонованій роботі ми розглянули найбільш поширені способи словотвору англійської мови. Серед них префіксальний, суфіксальний, префіксально-суфіксальний, основоскладання, зміна значення слова, конверсія, аббревіація, скорочення (безафіксний), словоскладання, творення слова як нової лексичної одиниці («з нуля»), а також ми виділили групу слів, які пройшли декілька змін або ж утворилися нетрадиційним способом, і назвали цей спосіб «особливий». Усі ці способи словотвору ми розглянули через призму новоутворень у сфері соціальних мереж та смс-повідомлень і, обравши двісті слів, розподілили їх за шляхом творення.

Як показало дослідження, способом приєднання префіксів було утворено 3 % від обраних нами слів, тобто 6 із 200. Серед них: дієслова *to unfriend* (видалити з друзів), утворене від *to friend* (бути у друзях) з допомогою *un-*, *to unfollow* (відписатися від новин сторінки) – від *to follow* (бути підписаним на новини); прислівники *on-line* (бути онлайн), *off-line* (бути офлайн) та *nofilter* (про фотографію, що опублікована без використання фото-фільтру); іменники *unlike* (антипатія до посту або публікації) – утворене приєднанням префікса *un-*, *dislike* («дизлайк», за значенням те ж саме що й *unlike*) – з допомогою *dis-*.

Суфіксальний спосіб словотворення у сфері соціальних мереж за нашими підрахунками займає 3,5 %. Серед використаних суфіксів є *-ing*, *-ie*, *-xor*, *-er*, *-nal*, *-ian*.

Суфіксально-префіксальний вид словотвору використовується не так часто, як попередні. Серед обраних нами двохсот слів, у даний спосіб створені лише два, а отже 1 %. Наприклад:

oversharing (передавання занадто багато інформації в Інтернеті, і в соціальних мережах зокрема) – від слова *share* (ділитися) з префіксом *over-* та суфіксом *-ing*; *nonliner* (людина, яка майже ніколи не користується Інтернетом) – містить в собі словотворчі морфеми *non-* та *-er*, а також корінь *line* (лінія, межа).

Таку частку, як 8,5 %, складає дезафіксація або скорочення. Цей спосіб словотвору особливо популярний у спілкуванні через СМС, в чатах, на форумах, переписці у соціальних мережах, адже передбачає собою економію часу при написанні того чи іншого слова. Найбільш вживаними є *bro* від *brother* (брат, у сленгу – кращий друг), *obvs* від *obviously* (очевидно), *srsly* від *seriously* (серйозно), *pic* від *picture* (картинка, фото), *pls* або *plz* від *please* (будь ласка), *thnx* від *thanks* (дякую) та *n* від *and* (і).

Одним із найбільш популярних способів словотвору у сфері соціальних мереж за нашими підрахунками виявився спосіб основоскладання. Із двохсот слів таким шляхом було утворено 59, а отже 29,5 % від усієї кількості

Також нами було розмежовано обрані двісті слів на групи за лексичним значенням, серед яких: 1) слова, що описують людей-користувачів соціальних мереж; 2) наслідки користування соціальними мережами; 3) діяльність на просторі Інтернету; 4) масові акції, поширені за допомогою соціальних мереж; 5) смс-скорочення; 6) назви соціальних мереж; 7) вираження емоцій картинками; 8) слова, пов'язані з фотографіями; 9) слова, притаманні Інстаграму; 10) слова, притаманні Твіттеру; 11) типи файлів, поширюваних Інтернетом; 12) блогерство; 13) поняття зі сторінки профілю; 14) «словники» соціальних мереж; 15) технічні явища.

У кожній з вище запропонованих категорій окремо ми проаналізували етимологію слів і виокремили найбільш вживаний спосіб словотвору. Таким чином, у 8 групах слів переважає творення основоскладанням, у трьох – зміною значення, суфіксальний спосіб, аббревіація та словоскладання переважили в одній групі, а в одній із категорій зміна значення, словоскладання та основоскладання утворили порівну слів.

Також було здійснено розподіл слів за частиною мови. Серед двохсот слів були іменники, прикметники, прислівники, займенники, дієслова, а також окрема група службових частин мови. Найбільша частина новоутворень припадала на іменники (62 %), які у свою чергу, найчастіше утворювалися основоскладанням. Значна частка дієслів, прикметників та прислівників була утворена аббревіатурою.

Висновки. Отже, в результаті дослідження проаналізовано способи словотвору англійської мови на ниві соціальних мереж та смс-повідомлень; обрано і розподілено двісті слів на категорії за лексичним значенням та частиною мови, серед кожної з яких виокремлено ступінь вживаності кожного зі способів словотвору; виявлено, що найпоширенішим способом словотвору в даній сфері є основоскладання, найбільше слів утворюється з теми «смс-скорочення», найчастішу утворюються іменники.

Перспективний напрямок подальших досліджень вбачається в дослідженні особливостей перекладу лексики соціальних мереж та смс-повідомлень.

Список використаних джерел

1. Зацний Ю. А. Сучасний англomовний світ і збагачення словникового складу / Зацний Ю. А. – Львів : ПАІС, 2007. – 226 с.
2. Іщенко В. Л. Особливості полікомпонентних економічних структурному, семантичному і перекладацькому аспектах / Іщенко В. Л., Горбуньова С. О. // Лінгвістика : зб. наук. пр. – № 1 (42) (2020). – Старобільськ : ЛНУ ім. Т. Шеченка, 2020 – С. 114–124.
3. Михальчук Н. О. Словотвір як основне джерело поповнення словника сучасної англійської мови / Михальчук Н. О. // Наукові записки. Серія «Філологічна». – 2013. – № 38. – С. 94–98.
4. Михальчук Н. О. Морфологічні способи словотвору в сучасній англійській мові / Михальчук Н. О. // Наукові записки. Серія «Філологічна». – 2013. – № 39. – С. 69–73.
5. Онищенко О. С. Соціальні мережі як інструмент взаємовпливу влади та громадянського суспільства : монографія / [О. С. Онищенко, В. М. Горовий, В. І. Попик та ін.] ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – Київ, 2014. – 260 с.

СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛІЙСЬКИХ ЕКОНОМІЧНИХ ТЕРМІНІВ

В. В. Трегуб, магістр спеціальності Філологія освіти та освіти
програма «Германські мови та літератури (переклад включно),
перша – англійська»

В. Л. Іщенко, к. філол. н., доцент – науковий керівник

Анотація. У статті визначено поняття «економічний термін», з'ясовано, що англійські економічні терміни утворюються на основі загальноновживаної лексики за притаманними їй нормами та законами з використанням продуктивних словотворчих засобів і словотвірних моделей англійської загальнолітературної мови. Виявлено, що продуктивнішими способами терміноутворення в англійській економічній терміносистемі є афіксація та словоскладання.

Ключові слова: економічний термін, терміносистема, словотвірна модель, словотворення, продуктивність.

Abstract. The article defines the concept of «economic term», it has been proved that English economic terms are formed on the basis of common vocabulary according to its inherent norms and laws using productive word-formation tools and word-formation models of English literary language. It has been revealed that the most productive ways of term formation in the English economic terminology are affixation and word formation.

Keywords: Economic term, terminological system, word-forming model, word-formation, productivity.

Постановка проблеми. Стрімкі соціальні, економічні та політичні зміни в житті суспільства сприяли інтенсивному поповненню англомовної економічної терміносистеми, яка обслуговує сучасну сферу економічних наук: менеджмент, маркетинг, бухгалтерський облік, фінанси, статистику, підприємництво та інші. Дослідження структурно-семантичних особливостей термінологічних одиниць сучасної англомовної економічної терміносистеми забезпечує покращення мовної підготовки фахівців у сфері економіки та сприяє систематизації англомовної економічної терміносистеми.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Дослідженням структурно-семантичних, функціональних особливостей, парадигматичних та синтагматичних аспектів англійської економічної терміносистеми, проблемами перекладу англійських термінів на українську мову займалося чимало науковців, зокрема В. Іщенко, О. Лотка, Т. Дячук, О. Чорна, Г. Чорновол, Н. Краснопольська, Л. Савицька та інші. Однак, незважаючи на це, дослідження різних аспектів англійської економічної термінології, яка стрімко розвивається, залишається на сьогоднішній день актуальним.

Формулювання мети. Мета нашого дослідження полягає у з'ясуванні структурно-семантичних особливостей англійських економічних термінів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Англійська економічна терміносистема належить до сучасних термінологічних систем, які є найбільш чутливими до постійних змін, які відбуваються в суспільстві. Вона об'єктивно відображає особливості суспільно-економічного розвитку, а тому дослідження сучасної англійської економічної термінологічної лексики не може бути відірване від історичних та культурно-національних світів, в яких мова відіграє провідну роль.

Характер англійської економічної терміносистеми визначається особливістю економічних понять відображати сутність суспільно-економічних явищ та процесів людського суспільства. Економічні терміни утворюються на основі загальноживаної лексики за звичайними нормами з використанням продуктивних словотворчих засобів і словотвірних моделей англійської загальнолітературної мови [2].

Англійська терміносистема економіки як будь-яка терміносистема є динамічним пластом лексики мови, який змінюється внаслідок розвитку різних сфер людської діяльності. В англійській економічній терміносистемі виявлено тяжіння до упорядкування термінології шляхом повної або часткової заміни термінів, які не відповідають ідеології нової парадигми економіки. Завдяки своїй рухомості, швидкості введення нових термінів та розмитості кордонів термінологічна лексика економіки виходить за межі вузькопрофесійного використання.

Отже, терміни економіки утворюються на базі загальнозовживаної лексики. Особливу роль в англомовній економічній терміносистемі займають базові терміни власних підсистем економіки, які виражають категоріальні поняття [3]. Вони є вихідними одиницями в процесі творення похідних термінів та утворюють разом з ними чітку систему.

Системність є невід'ємним критерієм будь-якої термінології і охоплює як план змісту (системність наукових понять), так і план вираження (системність слів, що передають ці поняття). Смысловая системність економічної термінології зумовлюється системністю наукових понять цієї сфери. Парадигматичні відносини полісемії, омонімії, синонімії і антонімії є головною тенденцією в парадигмі семасіологічних характеристик, але їх існування зумовлюється системою відповідних наукових понять [1, с. 39]. Нові реалії у сфері англомовної економічної діяльності призводять до постійних змін та розвитку новітньої парадигми його терміносистеми.

З огляду на вищесказане визначаємо економічний термін як створене штучно чи взате з загальнозовживаної мови слово чи словосполучення, яке об'єктивно відображає поняття професійної та наукової діяльності фахівців в галузі економіки й бізнесу, знаходяться у взаємозв'язку та взаємодії з іншими термінологічними одиницями цієї галузі, утворюючи разом з ними економічну терміносистему. Економічна термінологічна лексика характеризується точністю, стислістю, стилістичною нейтральністю, однозначністю.

У англомовній економічній терміносистемі функціонують непохідні терміни, префіксальні та суфіксальні деривати, складні та конверсивні термінологічні одиниці, а також семантичні деривати.

Продуктивними способами термінотворення англомовної економічної терміносистеми є афіксація та словоскладання, що пояснюється загальною тенденцією до зростання кількості афіксальних та складних лексичних одиниць у сучасній англійській мові [2].

Конверсія характеризується низьким рівнем продуктивності при творенні термінів англословної економічної терміносистеми.

Більшість афіксальних словотвірних моделей є продуктивними при творенні англійських економічних термінів, наприклад: SV + -ion(-tion, -ation) = SN^{suf} (*demotion* – пониження на посаді, *direction* – керівництво, управління, регулювання; розпорядження, інструкція, директива), SV + -er (-or) = SN^{suf} (*administrator* – адміністратор, керівник, *director* – директор, член правління, керівник, начальник), SV + -ment = SN^{suf} (*appointment* – призначення (на посаду); створення, призначення (напр., комісії), *equipment* – обладнання, апаратура), SV + -ing = SN^{suf} (*controlling* – контролінг, систематичний контроль, *improving* – підвищення якості (напр., умов праці)), SV + -ed = SA^{suf} (*skilled* – (високо)кваліфікований; що потребує знання, досвіду, кваліфікації, *experienced* – кваліфікований, досвідчений, *salaried* – що одержує платню; штатний, що передбачає твердий оклад (про посаду)), SV + -ive = SA^{suf} (*effective* – дієвий, результативний, ефективний (що сприяє досягнення мети); фактичний, реальний, *productive* – виробничий, продуктивний, ефективний), SA + -ize = SV^{suf} (*professionalize* – перетворювати на професію, робити(ся) професіональним, *to centralize* – централізувати, *to departmentalize* – департаменталізувати(ся) (напр., ділити організацію на функціональні підрозділи, відділи і т.і.)), SN + -ize = SV^{suf} (*unionize* – об'єднувати(ся) у профспілки, *economize* – економити, економно використовувати).

Серед префіксальних словотвірних моделей продуктивними є такі моделі: out- + SN = SN (*outwork* – робота поза підприємством; надомна робота, *outstaffing* – аутстафінг, вивід персоналу зі штату, *outstation* – філіал (відділення організації)), non- + SN = SN (*non-attendance* – невихід (на роботу), *non-unionism* – зменшення кількості профспілок та їх впливу, *non-customer* – особа, що не є клієнтом (замовником, постійним покупцем)), over- + SN = SN (*overemployment* – надмірна зайнятість, *overqualification* – надлишок кваліфікації (ситуація, коли робітники володіють більшими навичками, ніж необхідно для виконання даної роботи)), un- + SA = SA (*unmanageable* – що

погано піддається управлінню, *unqualified* – некваліфікований, що не має кваліфікації), *over-* + SV = SV (*overconsume* – споживати дуже багато, *to overfulfill* – перевиконувати (план)), *de-* + SV = SV (*to decentralize* – децентралізувати, *to dehire* – звільняти з посади, *to deindustrialize* – збільшувати зайнятість за рахунок сфери послуг), *dis-* + SV = SV (*to disemploy* – звільняти, *to disorganize* – дезорганізувати), *re-* SV = SV (*to reemploy* – відновлювати (на посаді), *to reestablish* – виправляти, відновлювати).

Словоскладання є високопродуктивним способом творення термінів англомовної економічної сфери, при цьому особливо продуктивними виявилися такі моделі як: N + N → N (*workforce* – робітники підприємства чи організації, *workshop* – майстерня, цех; службове (робоче) місце; майстерня, студія (приміщення для роботи вдома), *business-manager* – комерційний директор) та N + N → Adj (*deskbound* – канцелярський (про співробітника, що виконує сидячу роботу; часто з негативним відтінком); *sitting* (про роботу з паперами), *piece-rate* – відрядна (про спосіб роботи та оплату праці, при якій заробітна плата нараховується відповідно до об'єму виконаної роботи, а не за відпрацьований час).

Семантична деривація в англомовній економічній терміносистемі представлена дериватами, які є результатом метафоричного та метонімічного перенесення найменувань (*headworker* – робітник розумової праці від голова, розум і робітник, *wholetime* – робітник, що працює повний робочий день чи повний робочий тиждень від повний, цілий і час).

Словоскладання та афіксація є також продуктивними способами творення неологізмів англомовної економічної терміносистеми. У процесі афіксації похідні терміни-неологізми створюються не лише за участю вже відомих афіксів, а й за допомогою нових словотворчих елементів, а саме: *globo-*, *-nomics*, *-ariat*, *-crat*, *-cracy*, *e-*, *info-*, *euro-*, *techno-*, *execu-*, *friendly*, *-based*, *-intensive*, *-collar*, *-speak*.

Висновки. Отже, в результаті дослідження структурно-семантичних особливостей англійської економічної терміносис-

теми можна зробити висновок, що терміни економіки утворюються на основі загальноновживаної лексики за її нормами та законами словотворення з використанням продуктивних словотворчих засобів й словотвірних моделей англійської загальнолітературної мови. Базові терміни власних підсистем економіки, які виражають категоріальні поняття цієї галузі, відіграють провідну роль в англомовній економічній терміносистемі та виступають основними одиницями в процесі творення похідних термінів й утворюють разом з ними чітку систему. Продуктивнішими способами термінотворення в англійській економічній терміносистемі є афіксація та словоскладання.

Перспективний напрямок подальших досліджень вбачається в дослідженні особливостей перекладу англійських економічних термінів на українську мову.

Список використаних джерел

1. Вакулик І. І. Антонімічні зв'язки у юридичній та економічній термінології / Вакулик І. І. // Вісник Київського національного університету імені Т. Шевченка. Літературознавство. Мовознавство. Фольклористика. – 2000. – Вип. 9. – С. 38–41.
2. Зацний Ю. А. Сучасний англомовний світ і збагачення словникового складу / Зацний Ю. А. – Львів : ПАІС, 2007. – 226 с.
3. Пушкар В. І. Структура, семантика та словотворчі функції дієслів (на матеріалі англійської економічної термінологіки) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови» / Пушкар В. І. – Київ, 2002. – 19 с.

УДК 81'25=111(82-92)

ЗАСОБИ ВІДТВОРЕННЯ В УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ АБРЕВІАТУР АНГЛОМОВНИХ ТЕКСТІВ ПУБЛІЦИСТИЧНОГО СТИЛЮ

О. М. Тур, магістр спеціальності *Філологія освіти* програма «Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська»

Н. С. Сухачова, к. філол. н., доцент – науковий керівник

Анотація. У статті визначено поняття «аббревіатура», з'ясовано, що використання англійських аббревіатур передбачає

оформлення їх кириличною та латинською графікою, виявлено різні засоби відтворення абрєвіатурної лексики англословної публіцистики в українській мові, зокрема такі, як: калькування, транслітерація та відтворення в оригінальному вигляді; увагу зацентовано на тому, що розповсюдження білінгвізму уможлиблює використання (усно й письмово) лексичних скорочень без посилання на відповідні англословні словосполучення та їхній переклад.

Ключові слова: англословні абрєвіатури, публіцистичний стиль, транслітерація, калькування, білінгвізм.

Abstract. The article defines the concept of “abbreviation”, finds that the use of English abbreviations involves their design in Cyrillic and Latin graphics, identified various means of reproducing the acronym vocabulary of English journalism in the Ukrainian language, including such as: tracing, transliteration and reproduction in the original form; attention is focused on the fact that the spread of bilingualism allows the use (orally and in writing) of lexical abbreviations without reference to the relevant English phrases and their translation.

Keywords: English abbreviations, journalistic style, transliteration, tracing, bilingualism.

Постановка проблеми. Динамічний розвиток усіх сфер суспільного життя спричиняє попит на утворення великої кількості абрєвіатур. Їх використання дозволяє економити мовні засоби, а відтак уможлиблює передавання більшого обсягу інформації за короткий проміжок часу. Особливо багато абрєвіатур функціонує в текстах публіцистичного стилю, оскільки тематика публіцистичних статей, у тому числі й англословних, різноманітна й зачіпає практично всі суспільно значущі теми: політику, економіку, спорт, культуру та ін. Сучасна людина має необмежений доступ до англословних інформаційних джерел, що сприяє розширенню її кругозору, підвищенню рівня обізнаності, дозволяє порівнювати, аналізувати й узагальнювати, а тому адекватне відтворення англословної лексики, і зокрема абрєвіатур, набуває сьогодні важливого значення.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Дослідженням абревіатур та проблемами їх перекладу опікувалося багато науковців-лінгвістів і перекладачів, зокрема А. Авраменко, С. Барбашева, Е. Бреус, Є. Волошин О. Гармаш Ю. Горшунов, К. Єльцов, С. Єнікєєва В. Карабан, В. Павлов, І. Рахманова, М. Сегаль, Х. Харт, Дж. Шеард та інші. Однак, незважаючи на це, проблема перекладу абревіатур, які використовуються в текстах англомовної публіцистики, залишається актуальною й донині.

Формулювання мети. Мета нашої розвідки полягає у з'ясуванні основних засобів відтворення в українській мові абревіатур, які використовують в текстах англомовної публіцистики.

Виклад основного матеріалу дослідження. Абревіатури – це найбільш продуктивні лексичні одиниці вторинної номінації, комунікативно значущі в усіх сферах суспільного життя, яке активно висвітлюється в засобах масової інформації – на сторінках газет, журналів, по телебаченню і радіомовленню з метою обговорення, відстоювання і пропаганди важливих суспільно-політичних ідей, а також формування відповідної громадської думки.

Важливим завданням сучасного перекладознавства як науки, є встановлення принципів декодування та кодування абревіатур при переході від однієї мовної картини світу до іншої [2, с. 199]. Словник іншомовних слів подає таке тлумачення поняття абревіатура: «Скорочення слова чи словосполучення, вживане в усному і писемному мовленні; складноскорочене слово, утворене різними способами, а також загальноприйняті скорочення слів» [3]. Використання англійських абревіатур українською мовою передбачає оформлення їх кириличною або латинською графікою.

Одним із розповсюджених засобів відтворення абревіатурної лексики англомовної публіцистики є калькування. Використовуючи калькування, відтворюють не матеріальну форму лексичної одиниці, а тільки її значення та структуру [4, с. 245]. Калькування англомовних лексичних скорочень можливе на основі

перекладу вихідного чужомовного словосполучення з подальшим утворенням аббревіатури з відповідних елементів українського словосполучення, пор.: OECD (Organization for Economic Cooperation Development) – ОЕСР (Організація економічного співробітництва і розвитку), IDA (International Development Association) – МАР (Міжнародна асоціація розвитку), IAC (International Air Commission) – МАК (Міжнародна авіаційна комісія), BMI (Body mass index) – ІМТ (індекс маси тіла), NEBL (North European basketball league) – ПЄБЛ (Північноєвропейська баскетбольна ліга) тощо, напр.: The most appropriate indicator that measures the fat content in the body is the Body mass index (BMI.) – Найбільш відповідним показником, який оцінює вміст жиру в організмі, є індекс маси тіла (ІМТ) [3].

Не менш поширеним засобом відтворення українською мовою англomовних аббревіатур є фіксація в складноскороченому слові кожної літери (записаної за допомогою латинської графічної системи) знаками кириличної графічної системи, тобто транслітерація, пор.: ANZUS (Australia, New Zealand and the United States) – АНЗЮС (Тихоокеанський пакт безпеки), UEFA (Union European de Football Associations) – УЄФА (Європейський союз футбольних асоціацій), NHL (National hockey league) – НХЛ (Національна хокейна ліга), TV (Television) – ТВ (телебачення), SMS (Short Message Service) – СМС (служба коротких повідомлень), напр.: After the meeting at the airport, the UEFA delegation will hold a press conference – Після зустрічі в аеропорту, делегація УЄФА проведе прес-конференцію [Інтернет].

Необхідно зазначити, що аббревіатури, відтворені шляхом транслітерації, мають уявну зручність. Не варто відтворювати англійські скорочення методом транслітерації у тому випадку, коли український варіант скорочення збігається із будь-яким словом, яке має відповідний смисл, напр.: ARAB (active radar augmenter beacon) – маяк активного посилювача-відповідача; DISC (defense industrial supply center) – центр промислової підтримки оборонних споруд; ATLAS (air traffic land and air study) – центр з підготовки пілотів до польотів в умовах активного повітряного руху.

Сьогодні розповсюдження білінгвізму дає змогу вводити до тексту лексичні скорочення без посилання на відповідні англійські словосполучення та їхній переклад, що свідчить про тенденцію до інтернаціоналізації лексики. Такі аббревіатури відтворюють із збереженням латинської графіки й вимови ініціалів за правилами англійської мови. Відтворення аббревіатур в оригінальному вигляді – це один із найінтенсивніших і поширених способів поповнення української мови новими словами: EMS (European Monetary System) – Європейська валютна система, CNN (Cable News Network) – Нова кабельна мережа, COPERS (Comité provisoire europeen de la recherche spatiale) – Всесвітній європейський комітет з космічних досліджень, ETG (Eural Trans Gas) – Євротрансгаз, напр.: At the end of 2004, the ETG was excluded from the gas system – Наприкінці 2004 року ETG була виключена з газової системи [3].

Відтворення аббревіатур в оригінальному вигляді, на переконання А. Казкенової, доцільне тоді, коли адресат може самостійно з'ясувати значення слова, необхідного для розуміння тексту чи його фрагмента. Чисельність подібних прикладів у мові не дозволяє розглядати такі лексеми комунікативними помилками, адже, навіть якщо у звичайному тексті існує зовсім невідоме слово, цей текст не вважають позбавленим змісту [1, с. 74–75]. Проте аббревіатури, відтворені в оригінальному вигляді, які подають без розшифрування, значно утруднюють сприйняття інформації, напр.: Компанія, що представляє інтереси чемпіона WBA в суперважкій вазі, офіційно оголосила про зустріч. Нерідко люди, які не знають точного розшифрування англійських аббревіатур, використовують ці слова інтуїтивно. У результаті виникає така нісенітниця, як от: ускладнена аббревіатура CD-диск при розшифруванні читається як компакт-диск-диск. Помилковим також є сполучення VIP-персона, бо VIP – це аббревіатура англійського вислову «very important person», який українською мовою перекладають як «дуже важлива персона». Отже, аббревіатура VIP уже містить слово «персона», тому повторювати його далі не треба, оскільки це тавтологія.

Варто зазначити, що під час усного відтворення надзвичайно важко перекласти аббревіатури, адже немає змоги користуватись словниками, посібниками та іншими допоміжними матеріалами. У такому разі перекладач має покладатися на свої екстралінгвістичні знання [2, с. 200].

Висновки. Отже, аббревіатури англомовних публіцистичних текстів потребують адекватного перекладу. Основними прийомами під час їх відтворення в українській мові є транслітерація, калькування та еквівалентний переклад (відтворення в оригінальному вигляді). Найбільш розповсюдженими варіантами відтворення лексичних скорочень англомовної публіцистики в українській мові є калькування та оригінальний графічний вигляд.

Список використаних джерел

1. Казкенова А. К. Мотивированность заимствованного слова (на материале современного русского языка) / Казкенова А. К. // Вопросы языкознания. – 2003. – № 5. – С. 72–80.
2. Сітко А. В. Використання результатів контрастивних досліджень у перекладознавстві / Сітко А. В. // Наукові записки. Серія : Філологічні науки (мовознавство). – Кіровоград : РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2013. – Вип. 116. – С. 199–203.
3. Словник іншомовних слів [Електронний ресурс]. – URL: <https://www.jnsn.com.ua/cgi-bin/u/book/sis.pl?Article=98&action=show> (дата звернення: 01.10.2021 р.). – Назва з екрана.
4. Українська мова. Енциклопедія / [Русанівський В. М., Тараненко О. О., Зяблюк М. П. та ін.]. – Київ : «Українська енциклопедія» імені М. П. Бажана, 2004. – 824 с.

УДК 81'255:811.111]:664.68(085.2)

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ КАТАЛОГІВ ПРОДУКЦІЇ (НА МАТЕРІАЛІ АНГЛОМОВНИХ КАТАЛОГІВ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ)

І. В. Фурса, магістр спеціальності *Філологія освіти* програма «Германські мови та література (переклад включно), перша – англійська»

Н. С. Сухачова, к. філол. н., доцент – науковий керівник

Анотація. У статті висвітлено результати дослідження особливостей перекладу каталогів продукції на матеріалі англомов-

них каталогів кондитерських виробів. Виявлено, що задля адекватного та правильного перекладу обов'язково брати до уваги лексичні та граматичні особливості як англійських, так і українських перекладацьких стратегій, які полегшать роботу з іноземним каталогом продукції.

Ключові слова: каталог продукції, перекладацька стратегія, лексичні та граматичні особливості, калькування.

Abstract. The article highlights the results of the investigation of the translation of product catalogs on the material of English confectionary catalogs. It was found that for the sake of adequate and correct translation it is necessary to take into account the lexical and grammatical features of both English and Ukrainian product catalogs. Some translation strategies that will facilitate work with a foreign product catalog are presented and described.

Key words: product catalog, translation strategy, lexical and grammatical features, calque.

Постановка проблеми. При перекладі рекламних каталогів кондитерських виробів перекладачі опрацьовують та добирають еквіваленти для чималої кількості іменників, дієслів, епітетів, порівнянь тощо. Оскільки каталог містить інформацію про кондитерські вироби, то відповідно, з мовної точки зору він буде наповнений різноманітними термінами, які позначають назви цукерок, види фасувань, назви інгредієнтів тощо [2].

Аналіз основних досліджень і публікацій. Численні аспекти перекладу каталогів з англійської мови на українську окреслені у працях мовознавців та перекладознавців: немає повного системного аналізу, не існує загальних рекомендацій щодо адекватного перекладу каталогів продукції.

Формулювання мети. Метою нашої статті є дослідження особливостей перекладу англійських каталогів продукції кондитерських виробів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Реклама – це особлива інформація про товари, видовища, послуги тощо, яка надається споживачам за допомогою преси, радіо, телебачення, плакатів, об'яв тощо з метою прямого чи опосередкованого одержання прибутку. Будь-яке рекламне видання, чи то каталог

чи брошура, має відповідати призначенню й запитам цільової аудиторії. Мета рекламної діяльності визначається загальною стратегією маркетингу й комунікації [3, с. 23].

Каталог – це систематизований перелік товарів або послуг з їхнім описом, який складений за певними ознаками для полегшення пошуку та для ознайомлення з ними. Але якщо розглянути це поняття глибше, то каталог – це обличчя будь-якої рекламної компанії, яке з найкращого боку презентує вироблену компанією продукцію. У межах нашого дослідження ми зосередилися на рекламному каталозі продукції та його перекладі з англійської мови.

Продукція – матеріальний результат трудової діяльності або виробничих процесів, що має корисні властивості і призначений для використання споживачем. Переклад каталогів продукції є дуже важливим для успішної діяльності кожної компанії, яка веде зовнішньоекономічну діяльність та буде цікавий будь-якій компанії, яка виробляє ту чи іншу продукцію. Каталоги використовують, як засіб передачі інформації споживачам і партнерам [4, с. 35].

Отже, рекламний каталог продукції слугує для інформативного та іміджевого представлення компанії, її товарів та послуг. Це легкий спосіб показати, описати, розповісти і запропонувати своїм потенційним або вже існуючим споживачам про товари або послуги компанії. Якщо продукція імпортна і опис товару іноземною мовою, його необхідно перекласти. При цьому переклад каталогу повинен бути адаптований до тієї культури або атмосфери країни, для якої здійснюється переклад [7, с. 2].

Для того, щоб охопити максимальну аудиторію споживачів будь-якого інтернет-магазину, бізнесу, глобальної комунікації, каталог має важливе значення. Переклад каталогів продукції і переклад опису продукту – все це є частиною будь-яких продажів і комерції. З метою їх успішної реалізації необхідно розуміти структурно-стилістичні й лексико-граматичні особливості тексту оригіналу, які й будуть досліджені в нашій науковій роботі.

Переклад – це один із найважливіших шляхів взаємодії культур, спосіб міжкультурної комунікації. Власне поняття перекладу є досить складним. При його дослідженні в центрі уваги опиняються не лише мовні, а й соціальні, психолінгвістичні та культурні аспекти. Сьогодні переклад є невід’ємною частиною людської цивілізації, в якій існують найрізноманітніші етноси та культури [5, с.7].

Саме за допомогою перекладу здійснюється спілкування людей, що належать до різних культур, при цьому культурним посередником є саме перекладач. У зв’язку з цим багато вчених визнають той факт, що переклад – це не тільки перехід від однієї мови до іншої, але й перехід від однієї культури до іншої.

Основними способами перекладу каталогів продукції є: транскрибування, транслітерування, конкретизація, узагальнення, калька, смисловий (або логічний) розвиток, антонімічний переклад, прийом заміни, додавання та випущення.

Висновки. Перекладаючи каталоги кондитерських виробів перекладачі стикаються з великою кількістю художніх засобів виразності. Задля успішного перекладу слід обов’язково брати до уваги лексичні та граматичні особливості як англomовних, так і україномовних каталогів продукції. Кожен каталог має свою структуру та свою направленість, тому перекладач повинен зважати на цей факт та дотримуватись правил та стратегій перекладу [6, с. 14].

Виявлено, що для перекладу нашого власного прикладу каталогу нам потрібно використовувати повний переклад тексту з метою донесення повної інформації споживачу. Також було виокремило деякі перекладацькі стратегії, які полегшать роботу з англomовним каталогом продукції та описано ці стратегії.

Список використаних джерел

1. Антонов Г. А. Основи стандартизації та управління якістю продукції / Антонов Г. А., 1995. – 144 с.
2. Бархударов Л. С. Язык и перевод / Бархударов Л. С. // Международные отношения. – 1975. –240 с.

3. Вагапова Л. Л. К проблеме перевода английской безэквивалентной лексики [Електронний ресурс]. – URL: <http://zhurnal.lib.ru/> – Назва з екрана.
4. Вине Ж.-П. Вопросы теории перевода в зарубежной лингвистике / Вине Ж.-П., Дарбельне Ж. – 1978. – 231 с.
5. Влахов С. Непереводимое в переводе / Влахов С., Флорин С. – 1980. – 343 с.
6. Кафтанджиев Х. Тексти друкованої реклами / Кафтанджиев Х. – 1995. – 134 с.
7. Кирмач У. К. Особливості національних, культурних, ментальних та гендерних характеристик при перекладі іншомовних рекламних текстів / Кирмач У. К. // Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка. – 2011. – 161 с.

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНІ ПЕРЕКЛАДАЦЬКІ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЯК ЗАСІБ ВІДТВОРЕННЯ МОВНИХ ІННОВАЦІЙ У ПЕРЕКЛАДІ

А. Є. Бегма, *магістр спеціальності 035 Філологія 035.041 Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська*

В. В. Опанасенко – науковий керівник

Анотація. Статтю присвячено вивченню лінгвокультурної специфіки мовних інновацій у молодіжній англійській мові на матеріалі текстів Інтернет-щоденників блогерів.

Оскільки при сприйнятті мовної інновації важливим є не лише зовнішня форма, а і семантичне наповнення такої лексичної одиниці, при відтворенні мовних інновацій, що використовуються в англійськомовних молодіжних Інтернет-щоденниках, українською мовою використовуються лексико-семантичні перекладацькі трансформації, до яких належать диференціація, генералізація, конкретизація та модуляція.

Перекладацька трансформація диференціації значення полягає у виборі з декількох можливих варіантів перекладу такого, який найбільш точно передає значення мовної інновації, що перекладається.

Ключові слова: переклад, інтернет-щоденник, трансформації, модуляція.

Abstract. The article is devoted to the study of linguistic and cultural specifics of language innovations in youth English on the basis of texts of bloggers' Internet diaries.

Since not only the external form but also the semantic content of such a lexical unit is important in the perception of language innovation, in the reproduction of language innovations used in English-language youth Internet diaries, the Ukrainian language uses lexical-semantic translation transformations, concretization and modulation.

The translation transformation of meaning differentiation consists in choosing from several possible translation options the one that most accurately conveys the meaning of the language innovation being translated.

Key words: translation, blog, transformations, modulation.

Постановка проблеми. Кожна культура має свої специфічні особливості, які розуміються в науковій літературі як «мова культури», тобто як система знаків і їх відносин, за допомогою яких встановлюється координата ціннісно-сміслових форм і організовуються існуючі або виникаючі уявлення, образи, поняття та інші смислові конструкції».

«Мовна мінливість – це постійна властивість мови». Мова являє собою механізм, який саморозвивається, дія якого регулюється певними закономірностями. Дослідження мовних інновацій переконують, що нова лексика утворюється, головним чином, з власного матеріалу шляхом словотворчих операцій та переосмисленням вже існуючих одиниць. Зокрема, мова вміє самоочищатися, позбавлятися від функціонально зайвого, непотрібного. Це відбувається й з іншомовними словами

Аналіз основних досліджень і публікацій. Теоретичною базою дослідження стали наукові праці з теорії та практики перекладу. Дослідженням цієї теми займалися такі вітчизняні вчені: Т. І. Арбекова, І. В. Арнольд, Є. Г. Балюта, В. Д. Бояркіна, М. М. Бузунов, І. С. Грицай, Р. Г. де Грут, М. Джанссен, О. І. Дзюбіна, Ю. А. Зацний, Л. П. Катлінська, Е. В. Кларк, Н. Ф. Клименко, С. К. Кобзар, З. М. Корнева, В. В. Лопатін, О. С. Огороднікова, І. В. Рец, М. О. Шутова. Мовні інновації як

компонент спілкування у мережі Інтернет вивчалися Т. Ю. Виноградовою, П. Грабовим, Н. О. Гудзь, О. А. Леонтовичем, О. В. Лутовіною, С. А. Мартос, Т. М. Ніколаєвою, Н. А. Потребною, О. О. Романовою, О. В. Шугаєвим.

Формулювання мети. Метою нашого дослідження є визначення лінгвокультурної специфіки мовних інновацій у молодіжній англійській мові на матеріалі текстів Інтернет-щоденників блогерів.

Виклад основного матеріалу дослідження. При відтворенні трьохкомпонентної мовної інновації *virtual affinity groups* компонент *affinity* «близькість», «спорідненість» передається як спорідненість. Таким чином, мовна інновація *virtual affinity groups* передається в українському перекладі як віртуальні групи спорідненості: When I fell into depression, questioning if I was strong enough for law school, it was virtual affinity groups that saved me (VAG: URL) – ‘Коли я впала в депресію, питаючи себе, чи достатньо я сильна для юридичного факультету, мене врятували віртуальні групи спорідненості’.

Наступна трансформація, що використовується при передачі в українськомовних перекладах мовних інновацій, що використовуються в англійськомовних молодіжних Інтернет-щоденниках, українською мовою – це генералізація, яка полягає у заміні лексичної одиниці із більш специфічним, конкретним значенням лексичною одиницею із більш загальним значенням, наприклад:

– *hate speech*, де *speech* «промова», «мовлення» замінено більш загальним *мова*, *мова ненависті*: For the past decade, millennials have been leaving the church because some of them produce hate speech (OBQ: URL) – ‘Впродовж останнього десятиліття міленіали покидають церкви, оскільки деякі з них говорять мовою ненависті’;

– *COV-19 burnout*, де *COV-19* – назва конкретної пандемії коронавірусної хвороби 2019–2020 років – замінено більш загальним *коронавірусний*, *коронавірусне вигорання*: So although I’ve started waking up rested, I’m wondering if this is a sign of burnout. A COV-19 burnout? (YWT: URL) – ‘Тож, хоча я почав прокидатися відпочившим, мені цікаво, чи це ознака вигорання. Коронавірусне вигорання?’

При відтворенні мовних інновацій в молодіжних Інтернет-щоденниках генералізація також може полягати у заміні мовної інновацій словами загальноновживаної лексики, що не мають конотації новизни, як у випадках:

- lockdown як конкретний засіб дотримання карантину передано більш загальним карантин: During the lockdown, on 15th June 2020, 20 Indian soldiers were killed in Galwan Valley, Ladakh (HCA: URL) – ‘Під час карантину, 15 червня 2020 року, в долині Гальван, Ладакх, було вбито 20 індійських солдатів’.

- top-rated – найпопулярніший: Even the all-time top-rated movie on IMDb is “The Godfather” – a crime movie (BB: URL) – ‘Навіть найпопулярніший у всі часи фільм на «АйЕмДіБі» – «Хрещений батько» – фільм про злочинців’;

- a high – ейфорія: For many, the thrill of experiencing a genuine psychological crime thriller is nothing less than a high (BB: URL) – ‘Для багатьох хвилювання від справжнього психологічного кримінального трилера є чимось на зразок ейфорії’;

- hunky-dory – безтурботний: The problem however that remains is that life isn’t always as hunky-dory as we want it to be (IMD: URL) – ‘Однак у нас залишається проблема, яка полягає в тому, що життя не завжди буває таким безтурботним, як ми хочемо’;

- tapping – натиснувши: Making sure that you don’t end up in a situation you don’t want to be, Instagram allows the user to cancel the search for depression and return back to its feed by tapping the “Cancel” option (IEH: URL) – ‘Щоб переконатися, що ви не потрапите в ситуацію, у якій ви не хочете бути, «Інстаграм» дозволяє користувачеві скасувати пошук за ключовим словом «депресія» і повернутися до своєї стрічки, натиснувши на посилання «Скасувати»’;

- to flag – відзначати: In its previous updates, Instagram allowed users to flag photos of their friends and let Instagram know that they might need support (IEH: URL) – ‘У своїх попередніх оновленнях «Інстаграм» дозволяв користувачам відзначати фотографії своїх друзів та повідомляти «Інстаграму», що їм може знадобитися підтримка’;

– gaming – ірри: Emba declared millennials were interested in gaming, ambitiously building their careers, or just too busy to make time to attend service (OBQ: URL) – ‘Емба заявила, що міленіали зацікавлені в іграх, амбітно будують свою кар’єру або просто занадто зайняті, щоб встигнути відвідувати службу’. Протилежною генералізації є перекладацька трансформація конкретизації, яка полягає у заміні лексичної одиниці із більш широким, загальним значенням лексичною одиницею із більш вузьким значенням, наприклад:

– sub «під-», тобто, щось нижче за ієрархією, відтворено як розділ, тобто, конкретною назвою ланки такої ієрархії: I think they talk about the troubled teen industry around the world, I could be wrong though. I actually haven’t been on that sub in couple years (ITS: URL) – ‘Я думаю, що у них говориться про індустрію проблемних підлітків по всьому світу, хоча я можу помилятися. Насправді я не бував у цих розділах пару років’;

– youth rights people, відтворене як захисники прав молоді, тобто, people «люди» передано із указівкою на специфіку діяльності людей – захисники: For some reason, they’re not very kind to us youth rights people (ITS: URL) – ‘Чомусь вони не дуже доброзичливі до нас, захисників прав молоді’;

– ripple effect, відтворене як хвильовий резонанс, де іменник effect «ефект» передано назвою конкретного ефекту – резонанс: (18) These scores have shot up through the roof and to keep up the institutions have been increasing their cut-offs accordingly. A ripple effect that is (IMD: URL) – ‘Ці бали постійно зростають, і, щоб не відставати, установи відповідно збільшували свої обмеження. Як кажуть, хвильовий резонанс’;

– online environment, що передається в перекладі як інтернет-середовище, тобто, з уточненням конкретного технічного середовища, в якому люди знаходяться «онлайн»: While it is hard to encapsulate a historical problem in a few words, it is visible that social media and the online environment have only been a space of distraction from issues that need a millennial’s attention (HCA: URL) – ‘Хоча важко охарактеризувати історичну проблему

кількома словами, очевидно, що соціальні медіа та Інтернет середовище лише відволікали увагу від питань, які потребують уваги мілленіалів’;

- social media activists, що передано як активісти соцмереж, тобто, із уточненням конкретного типу соціальних медіа, в яких діють вказані активісти: Social media activists went on an outrage last week over Kangana Ranaut’s tweet which falsely claimed that the caste system was no longer prevalent in India (SMA: URL) – ‘Минулого тижня активісти соцмереж обурилися твітом Кангани Ранаут, який помилково стверджував, що кастова система більше не розповсюджена в Індії’.

Трансформація модуляції полягає у використанні логічних зв’язків між об’єктами та явищами, що позначаються лексичними одиницями – компонентами мовних інновацій, які використовуються в англійськомовних молодіжних Інтернет-щоденниках.

При застосуванні модуляції лексична одиниця – компонент мовної інновації замінюється лексичною одиницею, пов’язаною з нею логічно, наприклад:

- tab «вкладка» передано як посилання, оскільки у соціальній мережі «Інстаграм» вкладки представлено саме у виді гіперпосилань: (24) Under the “Get Support” tab, Instagram readily offers help to people who are struggling with depression (IEH: URL) – ‘Через посилання «Отримати підтримку» «Інстаграм» з готовністю пропонує допомогу людям, які борються з депресією’;

- mainstream передано як головні, оскільки найчастіше провідну ідею транслюють саме головні канали країни: Mainstream channels have always limited themselves from speaking out on the caste system and the violence against Dalits in India (SMA: URL) – ‘Головні канали не квапляться висловлюватися щодо кастової системи та насильства проти недоторканих в Індії’;

- end-to-end encryption, передане як наскрізне шифрування з огляду на те, що такий тип шифрування охоплює увесь процес передачі повідомлення, від початку до самого кінця: The leaked WhatsApp chats have made people question WhatsApp’s security

and its claim to end-to-end encryption (WAE: URL) – ‘Витік чатів з «ВотсАп» змусив людей сумніватися у безпеці «ВотсАп» та його заявленому наскрізному шифруванні»;

– false identities повністю передано пов’язаним із ним поняттям фейкові профілі, що дозволяє зберегти новизну лексичної одиниці та передати її зміст: They would continue to invade queer spaces, create false identities and carry out their harmful intents, protected by the understanding that a function designed to ensure that the activities of queer men on the app cannot be stored or traced, has made their own malicious activities equally untraceable (FGM: URL) – ‘Вони продовжуватимуть вторгтися у простори для меншин, створювати фейкові профілі та реалізувати свої шкідливі наміри, захищені розумінням того, що функція, призначена для того, щоб забезпечити збереження чи відстеження діяльності меншин у додатку, робить їх власну шкідливу діяльність однаковою мірою невідслідковуваною’.

Висновки. Ми дійшли висновку, що лексико-семантичні перекладацькі трансформації, такі як диференціація, генералізація, конкретизація та модуляція, покликані передати семантичне наповнення мовних інновацій, що використовуються в англійськомовних молодіжних інтернет-щоденниках, розтлумачивши їх значення українськомовному читачеві.

Список використаних джерел

1. Грабовий П. Молодіжний сленг у системі соціолектів сучасної української мови. Лінгвістичні студії [Електронний ресурс]: зб. наук. пр. 2008. № 16. С. 294. – URL: <http://litmisto.org.ua/?p=7963> (дата звернення: 20.10.2021). – Назва з екрана.
2. Козаченко І. В. Особливості перекладу неологізмів англійської мови. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія Філологія. 2016. № 25. Т. 2. С. 166–168.
3. Ніколаєва Т. М. Лексико-семантичні аспекти мови соціальних мереж. Закарпатські Філологічні студії. 2019. № 9. Т. 2. С. 96–101.
4. Однороманенко М. В. Шляхи перекладу неологізмів в англійській мові. Філологія початку XXI сторіччя: традиції та новаторство. Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., 3–4 квітня 2020 р. Київ: ТНУ ім. В. І. Вернадського, 2020. С. 59–62.

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ ФІНАНСИ, БАНКІВСЬКА СПРАВА ТА СТРАХУВАННЯ»

Освітня програма «Фінанси, банківська справа та страхування»

УДК 368.1-043.86:004.67(477)

СУЧАСНИЙ СТАН СТРАХОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ ТА ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ ЙОГО РОЗВИТКУ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

Т. О. Гапон, магістр спеціальності Фінанси, банківська справа та страхування» освітня програма «Фінанси, банківська справа та страхування»

А. М. Соколова, к. е. н., доцент – науковий керівник

Анотація. У статті розкрито сутність страхового ринку та проаналізовано сучасний стан його розвитку. Розглянуто актуальні цифрові технології у страховій галузі та їх роль для України. Визначено потенційні можливості та переваги впровадження інновацій, які не лише дозволять краще взаємодіяти страховикам зі страхувальниками, а й сприятимуть прискоренню цифрової трансформації з метою всебічного розширення спектру страхових послуг та масштабів їх надання.

Ключові слова: цифровізація; цифрова трансформація; страхові компанії; інновації; страхові послуги; страхування;

Abstract The article reveals the essence of the insurance market and analyzes the current state of its development. Current digital technologies in the insurance industry and their role for Ukraine are considered. The potential opportunities and benefits of implementing innovations have been identified, which will not only allow insurers to better interact with policyholders, but will also accelerate the digital transformation in order to comprehensively expand the range of insurance services and the scope of their provision.

Key words: digitization; digital transformation; insurance companies; innovations; insurance services; insurance.

Постановка проблеми. Сучасні тренди розвитку економіки визначають нові умови реалізації стратегій страхових компаній,

одним із основних векторів яких є цифрова трансформація процесів – перехід до цифрового бізнесу через зміну організаційної структури та культури. Впровадження сучасних цифрових технологій дозволить страховикам розширити сфери своєї діяльності та підвищити її ефективність.

Цифровізація є невід’ємною складовою розвитку сучасного суспільства. Ці процеси сьогодні притаманні практично всім галузям економіки держави. Не є виключенням і страхова галузь. Можливості цифрових технологій разом із запровадженням інновацій дозволяють страховикам обслуговувати більш широкий спектр нових клієнтів, що призводить до виникнення нових потоків доходів. Проникнення цифрових тенденцій – незупинний закономірний процес сучасності, і на цьому фоні відмічається створення модифікованих процесів, структур, стандартів і цінностей, які спонукають учасників усіх сфер національної економіки адаптуватися до змін.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Проблеми впровадження та розвитку цифровізації в Україні розглядаються у наукових працях, практичних дослідженнях і розробках таких закордонних учених, як: Айзексон В., Вейлз Дж., Елбрехт Б., Бранд С., Вільямс Е., Гейтс Б., Енгельбарт Д. Етапи розвитку та функціонування InsurTech досліджували: Дем’янчук М. А., Карбоне М., Перот Г., Ріксфорд Л., Мохан Д. та інші.

Більш детального вивчення потребують проблеми впровадження InsurTech на страховому ринку України в умовах слабких фінансових можливостей використання інноваційних технологій вітчизняними страховими компаніями.

Формулювання мети. Метою статті є аналіз та визначення тенденцій і перспектив розвитку страхового ринку України щодо впровадження цифрових технологій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Скорочення кількості страхових компаній пов’язано із різними чинниками, зокрема, конкурентною боротьбою страхових компаній між собою, присутністю іноземних інвесторів, глобалізаційними технологічними викликами, які потребують швидкого реагування та значного рівня фінансової забезпеченості.

Цифровізація (з англ. digitization) – це впровадження цифрових технологій в усі сфери життя: від взаємодії між людьми до промислових виробництв, від предметів побуту до дитячих іграшок, одягу тощо. Це перехід біологічних та фізичних систем у кібербіологічні та кіберфізичні (об'єднання фізичних та обчислювальних компонентів) [5].

Цифрова трансформація (цифровізація) – це перетворення наявних аналогових (іноді електронних) продуктів, процесів та бізнес-моделей організації, в основі якої лежить ефективне використання цифрових технологій [4; 5].

Страховий ринок – окрема соціально-економічна структура та сфера грошових відносин, де об'єктом купівлі-продажу є страхова послуга. На страховому ринку формується попит і пропозиція, функціонують різні форми організації грошових відносин з приводу формування та розподілу страхового фонду.

Склад страхового ринку формують державні органи; сукупність страховиків, страхувальників та страхових посередників. Об'єктивна необхідність виникнення страхового ринку зумовлюється наявністю суспільної потреби на страховий захист населення та страховика, здатного її задовольнити [1].

Страховий ринок України в I півріччі 2021 р. показав зростання на 17,9 % за обсягом валових страхових премій страховиків [3], а чистих премій – на 25,6 %. У звітному періоді було укладено 63,2 млн договорів страхування (+9,1 %).

Основні показники ефективності діяльності страхового ринку України за 2016–2020 роки наведено у табл. 1.

Таблиця 1 – Основні показники ефективності діяльності страхового ринку України за 2016–2020 роки, млн грн [3]

Роки	Валові страхові премії	Чисті страхові премії	Рівень чистих виплат, %
2016	35 170,3	26 463,9	32,3
2017	43 431,8	28 494,4	36,0
2018	49 367,5	34 424,3	36,1
2019	53 001,2	39 586,0	35,5
2020	64 925,1	40 350,2	35,8
Динаміка, %	184,4	152,5	110,1

Порівнюючи динаміку страхових виплат, спостерігається позитивна динаміка за увесь аналізований період як за валовими преміями (зростання обсягу на 84 %), так і за чистими страховими преміями (зростання на 52 %).

Кількість страхових компаній станом на 31.12.2020 р. становила 210, в тому числі: СК зі страхування життя – 20 та СК, що здійснювали інші види страхування – 190 (табл. 2).

Таблиця 2 – Кількість страхових компаній у 2016–2020 р., [3]

Кількість страхових компаній	Станом на 31.12.16	Станом на 31.12.17	Станом на 31.12.18	Станом на 31.12.19	Станом на 31.12.20	Динаміка, %
Загальна кількість	310	294	281	233	210	67
СК «non-Life»	271	261	251	210	190	70
СК «Life»	39	33	30	23	20	51

Трійку лідерських позицій за валовими преміями за I півріччя 2021 р. серед ТОП-10 найбільших ризикових страховиків були страхові компанії: УСГ, УНІКА, АРХ, а серед лайфових: АРХ, УНІКА, ТАС СГ (табл. 3)

Таблиця 3 – ТОП-10 найбільших ризикових та лайфовських страховиків за валовими премій, 1 півріччя 2021, за даними [2]

Страхова компанія		Валові премії, тис. грн	
СК «Life»	СК «non-Life»	СК «Life»	СК «non-Life»
АРХ	УСГ	1 583 815	1 250 540
УНІКА	УНІКА	1 492 601	670 456
ТАС СГ	АРХ	1 152 644	602 857
УСГ	ТАС СГ	1 072 914	553 734
АРСЕНАЛ СТРАХУВАННЯ	ІНГО	1 009 901	438 824
ІНГО	АРСЕНАЛ СТРАХУВАННЯ	966 100	382 254
PZU УКРАЇНА	ВУСО	769 717	281 156
ВУСО	ПРОВІДНА	764 757	280 069
АЛЬФА СТРАХУВАННЯ	PZU УКРАЇНА	676 118	255 715
ПРОВІДНА	ОРАНТА	645 959	213 200

Однією з головних аспектів цифровізації ринку страхових послуг України являється впровадження Insurtech.

Insurtech – це технології, які поєднують поняття «страхування» та «технологія», а також є складовою Fintech. Insurtech – це термін, який уособлює цифрові інновації та технології для впровадження у страховій галузі.

У табл. 4 наведено основні фінансові технології та напрями їх індивідуалізації у страхову галузь, опис технології та її застосування.

Таблиця 4 – Технології індивідуалізації страхової пропозиції, [1]

Технологія індивідуалізації	Опис технології та її застосування
Big Data	Технологія обробки великих масивів даних із метою збору, аналізу, систематизації та використання для розроблення індивідуальних пропозицій страхувальникам
Інтернет-пристрої	Збір додаткової інформації про пристрої, що мають вихід в Інтернет та які виступають потенційними об'єктами страхування, для створення максимально безпечних умов життєдіяльності страхувальника
Пристрої збору показників (телематика)	Цілеспрямований віддалений збір додаткової інформації про об'єкти страхування для максимального зниження ризику під час страхування
Технології бездротового зв'язку	Використання системи online-позиціонування для отримання додаткових даних про страхувальника (застрахованого) для надання найбільш якісних послуг у галузі страхування
Збір інформації у віртуальній реальності	Аналіз інформації, яку страхувальник (застрахований) розміщує у мережі Інтернет та соціальних мережах, із метою виявлення потенційних загроз для надання найбільш якісних послуг у галузі страхування

У табл. 4 охарактеризовано провідні світові сучасні технології, що надаються страховими компаніями та онлайн-платформами, які є актуальними до впровадження на страховому ринку України.

Висновки. В процесі дослідження визначено, що розвиток страхового ринку все більше залежить від впровадження нових технологій цифрової економіки, а основними напрямками його цифровізації є інтернетизація та індивідуалізація. Проведений аналіз основних показників діяльності вітчизняних страхових компаній свідчить про позитивну динаміку їх розвитку. Водночас, слід констатувати, що ефективне функціонування страхового ринку України в майбутньому, вимагає докорінних змін бізнес-процесів, що спровоковані сучасними викликами у всіх видах економічної діяльності, через розвиток електронної комерції, електронного бізнесу, різноманітних мобільних додатків та платформ, використання яких забезпечує отримання конкурентних переваг. Таким чином, процес цифровізації значно впливає на діяльність страхових компаній України та сприяє підвищенню ефективності їх діяльності та покращенню якості обслуговування.

Список використаних джерел

1. Дем'янчук М. А. Трансформація страхового ринку в умовах розвитку цифрових технологій [Електронний ресурс] / М. А. Дем'янчук, К. С. Гуржий // Інфраструктура ринку. – 2018. – № 25. – С. 272–278. – URL: <https://chmnu.edu.ua/wpcontent/uploads/2019/07/Demyanchuk-M.-A.pdf>. – Назва з екрана.
2. Рейтинг страхових компаній України [Електронний ресурс]. – URL: <https://forinsurer.com/ratings/nonlife> (дата звернення: 24.10.2021). – Назва з екрана.
3. Статистика страхового ринку України [Електронний ресурс]. – URL: <https://forinsurer.com/stat2004-2021> (дата звернення: 24.10.2021). – Назва з екрана.
4. УКРАЇНА 2030Е – КРАЇНА З РОЗВИНУТОЮ ЦИФРОВОЮ ЕКОНОМІКОЮ [Електронний ресурс]. – URL: <https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoyu.html> (дата звернення: 25.10.2021). – Назва з екрана.
5. Цифрова адженда України – 2020 («Цифровий порядок денний – 2020»), – ГС «ХАЙ-ТЕК ОФІС УКРАЇНА», 2016 [Електронний ресурс]. – URL: <https://www.pharmencyclopedia.com.ua/article/664/straxovij-rinok> (дата звернення: 23.10.2021). – Назва з екрана.

ХАРАКТЕРИСТИКА ФАКТОРІВ ВПЛИВУ НА ФІНАНСОВУ СТРАТЕГІЮ КОМПАНІЇ

Б. О. Дудка, *магістр спеціальності Фінанси, банківська справа та страхування освітня програма «Фінанси і кредит»*

Т. П. Гудзь, *д. е. н., професор – науковий керівник*

Анотація. У статті розглянуто сутність фінансової стратегії, визначено внутрішні та зовнішні фактори впливу на формування стратегії розвитку компанії.

Ключові слова: фінансова стратегія, стратегічне управління, фактори внутрішнього середовища, фактори зовнішнього середовища, стратегічні зміни.

Abstract. The article considers the essence of financial strategy, identifies internal and external factors influencing the formation of the company's development strategy.

Key words : financial strategy, strategic management, internal factors, external factors, strategic changes.

Постановка проблеми. В сучасних економічних умовах існує велика кількість факторів, які впливають на управління фінансами компаній, що створює необхідність формування довгострокової фінансової стратегії. Роль фінансової стратегії компанії дуже важлива, так як її завдання полягають у тому, щоб усунути негативний ефект впливу нестабільного навколишнього середовища, забезпечити прибутковість, врівноважити зовнішні вимоги і внутрішні фінансові можливості. Здатність компанії реалізовувати самостійну фінансову стратегію у всіх областях робить її більш гнучкою, стійкою, дозволяє адаптуватися до вимог часу і обставин. Саме грамотно розроблена фінансова стратегія, спрямована на реалізацію пріоритетної стратегічної мети компанії, становить основу її сталого розвитку в довгостроковій перспективі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням дослідження впливу факторів внутрішнього та зовнішнього середовища на діяльність компанії присвячено багато робіт як закордонних, так і вітчизняних науковців та практиків, таких як:

І. Ансофф, О. Віханський, А. Гайнуллін, А. Гершун, О. Гетьман, М. Комаров, І. Мазур, Г. Осовська, О. Скібіцький, О. Тараненко та ін. В той же час, треба зауважити, що значна кількість питань теоретичного та прикладного характеру все ще залишається досить дискусійною.

Формулювання мети. Метою статті є теоретичне дослідження внутрішніх та зовнішніх факторів впливу на фінансову стратегію компанії.

Виклад основного матеріалу дослідження. На сучасному етапі розвитку економіки питання стратегічного управління багато в чому є визначальними для зростання ефективності функціонування компаній і підвищення їх конкурентоспроможності. В рамках розробки стратегії розвитку компанії важливу роль відіграє фінансова стратегія, під якою, як правило, розуміють довгостроковий курс цілеспрямованого управління фінансами з метою досягнення стратегічних цілей [2].

Деякі автори визначають фінансову стратегію як сукупність методів та практику формування фінансових ресурсів, їх планування та забезпечення фінансової стійкості підприємства за ринкових умов господарювання [7]. Мочалова Л. А. розглядає фінансову стратегію як компас, який вказує шлях, вектор напрямку розвитку підприємства [4].

Імпонує точка зору Бланка І. А., який на основі комплексного підходу, розглядає фінансову стратегію компанії як стратегію, що забезпечує всі основні напрями розвитку її фінансової діяльності та фінансових відносин шляхом формування довгострокових фінансових цілей, вибору найбільш ефективних шляхів їх досягнення, адекватної коригування напрямків формування та використання фінансових ресурсів при зміні умов зовнішнього середовища [1].

Аналізуючи різні підходи до визначення фінансової стратегії, не можна не відзначити, що автори сходяться в тому, що фінансова стратегія нерозривно пов'язана з ефективністю розвитку компанії та орієнтацією на довгострокові перспективи.

Фінансова стратегія є одним з важливих елементів системи стратегічного управління компанії. Значимість даного елемента

визначається тим, що фінансові показники лежать в основі формування довгострокових цілей і розробці стратегій розвитку компанії. Слід зазначити, що потенційна ефективність фінансової стратегії компанії залежить від впливу факторів зовнішнього і внутрішнього середовища. У зв'язку з цим необхідно здійснювати моніторинг і аналіз подій, які визначають економіко-правові умови фінансової діяльності компанії, і враховувати їх в процесі формування її фінансової стратегії.

В основу класифікації факторів зовнішнього та внутрішнього середовища компанії, покладено різні види ризику і ступінь впливу на них менеджерів.

У зовнішньому оточенні виділяють макро- і мікросередовище. Макросередовище включає фактори, які опосередковано впливають на діяльність компанії і визначають її довгострокові рішення.

До факторів макросередовища слід віднести:

- групу економічних факторів: зміну економічного потенціалу країни, стадії ділового циклу, відсоткову ставку і курс національної валюти, грошову масу в обігу, інфляцію та темпи її зростання, контроль за цінами та заробітною платою, ціни на всі види ресурсів, інвестиційну політику;
- групу політичних факторів: податкове законодавство і політику уряду, антимонопольне, природоохоронне та зовнішньоекономічне законодавство, ставлення держави до іноземного капіталу;
- групу технологічних факторів: витрати на науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи з різних джерел, захист інтелектуальної власності, державну політику в галузі науково-технічного прогресу;
- групу соціальних факторів: демографічну структуру населення та його платоспроможність, соціальну мобільність та активність населення, релігійні та національні традиції.

У рамках мікросередовища виділяють галузеве і ближнє оточення. Перше характеризується реальним і потенційним розміром галузі, її перспективами та стадіями життєвого циклу, структурою і масштабами конкуренції, структурою галузевих витрат, системою збуту продукції, тенденціями розвитку галузі.

Аналіз галузі, в якій функціонує компанія, дозволяє оцінити ефективність перспективних фінансових та інвестиційних заходів, що передбачені його фінансовою стратегією.

Ближнє оточення складають конкуренти – аналіз їхніх дій, оцінка поточної стратегії і реальних можливостей, вивчення сильних і слабких сторін дозволить компанії визначити конкурентну позицію; постачальники і покупці, фінансове становище яких визначає рух фінансових ресурсів, можливість їх використання для короткострокового фінансування; банки та інші фінансові організації, інтереси яких впливають на вид і розмір джерела фінансування.

Щоб ефективно впливати на зовнішні фактори, необхідно задіяти внутрішні можливості компанії, що визначаються її внутрішніми чинниками. Найбільш важливими внутрішніми факторами – критичними точками стратегічного планування, на думку Є. Уткіна, є розміри компанії, характер діяльності, цільові стратегічні орієнтири [6]. Вони істотно впливають на організацію фінансових потоків, тому мають бути враховані в процесі формування фінансової стратегії.

Однак цей перелік не є вичерпним. Радова Л. Д. [5] доповнює його такими: сфера діяльності компанії (матеріальне виробництво, невиробнича сфера), галузева належність (промисловість, транспорт, торгівля, будівництво, сільське господарство), напрямки діяльності (експорт, імпорт), організаційно-правові форми підприємницької діяльності.

Так, велика компанія, як правило, має стабільні, добре налагоджені контакти з постачальниками, вона менш вразлива перед конкурентами, має серйозні фінансові переваги в сфері освоєння нових технологій.

Характер діяльності значною мірою впливає на вибір джерел фінансування. Внаслідок сезонного характеру діяльності компанії зазнають тимчасову потребу в додаткових оборотних коштах, джерелом яких доцільно розглядати короткострокові кредити, банківські позики [3].

Цільова орієнтація компанії визначає спрямованість і специфіку фінансової діяльності. Якщо загальним напрямком діяль-

ності обрано зростання, особливу увагу слід приділити фінансуванню нових об'єктів і отриманню високого прибутку для забезпечення інвестиційних процесів, спрямованих на досягнення або підтримку лідируючих позицій (конкурентних переваг). Якщо показники фінансового стану свідчать про вірогідне банкрутство, а компанія прагне до виживання, необхідно зосередитися на збереженні допустимого рівня ліквідності і платоспроможності.

Обрана організаційно-правова форма компанії визначає заходи щодо її створення, мінімальну величину статутного капіталу, шляхи мобілізації додаткових ресурсів, гарантії інтересів кредиторів.

Деякі економісти важливим фактором, що впливає на формування фінансової стратегії, вважають потенціал компанії у виробничій, фінансовій, трудовій сферах, про наявність якого дозволяє свідчити аналіз внутрішнього середовища.

Темпи зростання обсягу реалізації продукції, організація маркетингу і збуту, рівень витрат, величина і структура активів та пасивів компанії впливають на її поточну ліквідність і фінансову стійкість, визначають потребу в додатковому фінансуванні, свідчать про рівень її фінансового менеджменту.

Розподіл коштів компанії відіграє велику роль у фінансовій діяльності. Від того, які кошти вкладені в основні та оборотні активи, скільки їх знаходиться у сфері виробництва та обігу, у грошовій чи матеріальній формі, їх співвідношення, багато в чому залежать результати функціонування компанії. Тому до цих факторів необхідно підходити не тільки з точки зору ресурсного забезпечення, яке розглядає його в статистичній, але й аналізувати динаміку, що дозволяє виявляти вузькі місця функцій управління.

Якість фінансової стратегії як міра задоволення вимогам загальної економічної стратегії залежить від ряду факторів, що визначають склад, зацікавленість виконавців, а також методичне і ресурсне забезпечення процесу її формування: професійна орієнтація, здатність до аналітичного мислення, оперативне реагування на несподівані зміни, досвід формування і реалізації

попередньої стратегії, достатнє матеріальне, інформаційне, фінансове і методичне забезпечення.

Таким чином, для забезпечення успішної діяльності компанії та для досягнення поставлених цілей, необхідно вивчати, прогнозувати й оцінювати тенденції та зміни внутрішнього і зовнішнього середовища та, враховуючи їх, приймати управлінські рішення. Фактори зовнішнього і внутрішнього середовища компанії є основою для візуалізації її довгострокових перспектив, формування напрямків стратегічних змін в її поведінці.

Список використаних джерел

1. Бланк И. А. Основы финансового менеджмента : учебник : в 2 т. / И. А. Бланк. – 4-е изд., стер. – Москва : Омега-Л, 2012. – 1330 с.
2. Бруслиновська І. В. Теоретичні аспекти формування фінансової стратегії підприємства / І. В. Бруслиновська, В. І. Матвійчук // Економіка і організація управління. – 2018. – № 3 (31). – С. 100–111.
3. Дикань Л. В. Стратегічне управління фінансовими ресурсами промислового підприємства / Л. В. Дикань // Фінанси України. – 2016. – № 3. – С. 12–18.
4. Мочалова Л. А. Концепция финансового планирования в корпорациях / Л. А. Мочалова // Финансовый менеджмент. – 2014. – № 3. – С. 13–20.
5. Радова Л. Д. Фінансова стратегія в системі управління підприємством / Л. Д. Радова, А. В. Череп // Держава та регіони. – 2005. – № 2. – С. 130–135.
6. Стратегическое планирование : учебник / под ред. Э. А. Уткина. – Москва : ЭКМОС, 2000. – 440 с.
7. Фінанси підприємств : підручник / Поддєрьогін А. М., Білик М. Д., Буряк Л. Д. та ін. – Київ : КНЕУ, 2013. – 519 с.

УДК 005.332.8:658.5:001.89

НАУКОВІ ПІДХОДИ ДО ТРАКТУВАННЯ ПОНЯТТЯ «РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА»

К. Р. Захарченко, магістр спеціальності Фінанси, банківська справа та страхування освітня програма «Фінанси і кредит»

Н. С. Педченко, д. е. н., професор – науковий керівник

Анотація. У цій праці розкриті наукові підходи до трактування поняття «результативність діяльності підприємства»

шляхом його співставлення з поняттям «ефективність діяльності підприємства». Під результативністю розуміють: міра, рівень, здатність, співвідношення, показник. Доведено, що «результативність» є всебічною комплексною характеристикою, що показує рівень досягнення результатів відносно запланованих цілей діяльності підприємства, а також є підґрунтям для ефективного функціонування та подальшого розвитку господарюючого суб'єкта.

Ключові слова: науковий аналіз, трактування, поняття, результативність діяльності підприємства, ефективність діяльності підприємства.

Abstract. This paper reveals scientific approaches to the interpretation of the concept of “performance of the enterprise” by comparing it with the concept of “efficiency of the enterprise”. The performance means: measure, level, ability, ratio, indicator. It is proved that “performance” is a comprehensive complex characteristic that shows the level of achievement of results in relation to the planned objectives of the enterprise, and is the basis for the effective operation and further development of the business entity.

Key words: scientific analysis, interpretation, concept, performance of the enterprise activity, efficiency of the enterprise activity.

Постановка проблеми. Головними цілями вітчизняних підприємств, на сьогодні, виступає забезпечення ефективності їх функціонування та підвищення конкурентних переваг на внутрішньому та зовнішньому ринках, досягнення яких можливе при використанні сучасного управлінського інструментарію.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Питаннями дослідження фінансової результативності діяльності підприємства займалися такі вчені, як Боярко І. М., Верхогляд Ю. І., Вознюк Г. Л., Григоруком П. М., Глухова В. І., Євтушенко М. В., Загородній А. Г., Коваль З. О., Костирко Л. А., Педченко Н. С., Скалюк Р. В., Соломатіна Т. В., Шило Ю. С., Шимановська-Діаніч Л. М.

Формулювання мети. Метою дослідження є розкриття наукових підходів до трактування поняття «результативність діяльності підприємства».

Виклад основного матеріалу дослідження. Економічна категорія «результативність діяльності підприємства» достатньо досліджувалась у вітчизняній і зарубіжній економічній літературі, при цьому складність її змісту та багатовекторний характер обумовлюють актуальність вивчення з метою узагальнення трактування економічної сутності даної категорії, методів її оцінки та засад управління.

В науковій літературі спостерігається часткове ототожнення категорій «ефективність» та «результативність», що є результатом подібності базових понять «ефект» та «результат», а також є історично складеною закономірністю. Відповідно до он-лайн словника «Cambridge Dictionary» [1]: «effect – the result of a particular influence», тобто: «ефект – це результат певного впливу», а «result – something that *happens* or *exists* because of something *else*», тобто: «результат – щось, що відбувається або існує через щось інше».

Розвиток теорії результативності продовжується в працях вітчизняного науковця Жучкової Г. А., яка трактує результативність діяльності як: «комплексну оцінку ефективності, економічності, конкурентоспроможності та стійкості економічного та фінансового розвитку господарюючих суб'єктів» [55]. Проте Власенко Т. А. в своїх роботах наголошує на тому, що підприємство може випускати цілком конкурентоспроможну продукцію, так як її рівень визначається виключно параметрами її якості та ціни на ринку, яка при цьому буде досить дорогою для підприємства і не приносити йому високий рівень прибутку, що в будь-якому разі не сприятиме підвищенню результативності [33]. Погодимося, що конкурентоспроможність продукції та підприємства в цілому може виступати змінною характеристикою у визначенні результативності діяльності, а не одією із головних складових. Дослідження сучасного погляду на трактування поняття «результативність» наведено в табл. 1.

**Таблиця 1 – Теоретичні підходи до трактування поняття
«результативність»**

Автори	Визначення поняття «результативність»
Терещенко Н. В., Яшина Н. С. [12]	Міра досягнення результатів, адекватних встановленим і передбачуваним цілям, що задовольняють певні потреби зацікавлених сторін і створюють умови для постійного розвитку організації
Федулова Л. І. [14]	Це міра точності управління, яка характеризується досягненням очікуваного стану об'єкта управління, мети управління або рівнем наближення до неї
Тищенко О. М., Кизим М. О., Догадайло Я. В. [13]	Узагальнювальне кількісне явище, що виникає внаслідок ефективного здійснення діяльності і об'єднує більш конкретні кількісні явища, які відображають підсумкові показники роботи підприємства
Проскурович О. В., Ястремський М. М. [10] Ошибка! Источник ссылки не найден.	Комплексна характеристика ефективності діяльності підприємства спрямована на подальший розвиток та досягнення відповідної мети у вигляді позитивного результату. Вона являє собою багаторівневу комплексну характеристику, що відображає певний результат функціонування підприємства (кількісний, якісний) у розрізі ресурсів, видів продукції, видів діяльності, що сприяє як підвищенню ефективності діяльності, так і подальшому розвитку суб'єкта господарювання
Асаул А. М. та ін. [2]	Відображення рівня ділової активності. Представляє собою багатовимірну комплексну характеристику, яка показує ефективність використання фінансово-виробничих ресурсів, виходячи з проміжних й кінцевих результатів діяльності підприємства
Покропивний С. Ф. [9]	Здатність підприємства до свідомого встановлення цілей і вибору стратегій вирішення господарських завдань з оптимальними витратами і мінімально можливими помилками, а також з урахуванням не тільки економічного потенціалу підприємства, але й умов зовнішнього оточення

Автори	Визначення поняття «результативність»
Коваль З. О. [7]	Співвідношення отриманих наслідків і введених факторів (або причин, призвели до цих наслідків), які визначаються за допомогою співвідношень прибутку до витрат, обсягу виробництва або часу тощо
Загородній А. Г. Вознюк Г. Л. [6]	Відношення ефекту (результату) до витрат, що забезпечили цей результат
Григорук П. М., Завгородня Т. П., Григорук С. С. [4]	Відображає позитивну динаміку фінансових результатів, а саме зростання показників прибутків та доходів та відповідно зниження показників витрат та збитків
Рзасва Т. Г., Демчук Ю. А. [11]	Спрямована на певний результат, досягнення відповідної мети, подальший розвиток і відповідно на подальше покращення ефективності та на оновлену мету і результат. Комплексне розуміння діяльності підприємства, що базується на визначених нами напрямках дослідження, а саме: спрямування на певний результат та досягнення відповідної мети; характеристика ефективності діяльності підприємства; спрямованість на подальший розвиток
Шимановська-Діанич Л. М., Педченко Н. С. [8, 15]	Певний показник деякого процесу, показник того, що в кінці процесу виходить щось, заздалегідь заплановане. Під результативністю організації розуміється її здатність досягти встановлених зовнішніх цілей, націленість на те, щоб усі її організаційні рішення і дії відповідали критеріям, які встановлені зовнішнім середовищем
Жучкова Г. А. [55]	Комплексна оцінка ефективності, економічності, конкурентоспроможності та стійкості економічного та фінансового розвитку господарюючих суб'єктів

В цілому, спираючись на наведені вище трактування, «результативність», на нашу думку, є всебічною комплексною

характеристикою, що показує ступінь виконання результатів відносно запланованих цілей діяльності підприємства, а також є підґрунтям для ефективного функціонування та подальшого розвитку господарюючого суб'єкта. Аналіз трактувань поняття «результативність» дав можливість визначити головні ознаки «результативності» та прослідкувати її зв'язок з «ефективністю». Наведений взаємозв'язок результативності та ефективності підтверджує зроблені раніше висновки про те, що результативність є всебічною комплексною характеристикою та охоплює значну кількість елементів, що, відображають успіх підприємства, насамперед, через фінансові показники ефективності.

Висновки. Отже, фінансова результативність діяльності підприємства виділяється при класифікації результативності за змістом цілей. Виходячи з наведено вище трактування поняття «результативність» можна стверджувати, що фінансова результативність діяльності підприємства є комплексною фінансовою характеристикою, що показує ступінь виконання фінансових результатів відносно запланованих цілей діяльності підприємства. Розгляд фінансової результативності діяльності підприємства пропонується провести більш детально в наступному пункті роботи.

Список використаних джерел

1. Cambridge Dictionary [Електронний ресурс]. – URL: <https://dictionary.cambridge.org/ru/> – Назва з екрана.
2. Асаул А. Н. Производственно экономический потенциал и деловая активность субъектов предпринимательской деятельности [Електронний ресурс] / А. Н. Асаул, М. П. Войнаренко, С. А. Князев, Т. Г. Рзаева ; под ред. засл. деят. науки РФ д-ра экон. наук, проф. А. Н. Асаула. – Санкт-Петербург : АНО ИПЭВ, 2011. – 312 с.
3. Власенко Т. А. Ефективність та результативність публічного адміністрування [Електронний ресурс] / Т. А. Власенко. – URL: <http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/12555/1/> – Назва з екрана.
4. Григорук П. М. Оцінювання результативності діяльності компанії [Електронний ресурс] / П. М. Григорук, Т. П. Завгородня,

- С. С. Григорук. – URL: http://elar.khnu.km.ua/jspui/bitstream/123456789/8396/1/Paper_Hryhoruk_new.pdf. – Назва з екрана.
5. Жучкова Г. А. Результативність діяльності підприємства: науково-методичні аспекти її визначення [Електронний ресурс] / Г. А. Жучкова // Ефективна економіка. – 2013. – № 11. – URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2517> – Назва з екрана.
 6. Загородній А. Г. Фінансово-економічний словник / А. Г. Загородній, Г. Л. Вознюк. Третє видання, доповнене та перероблене. – Львів : Вид-во Львівської політехніки, 2011. – 844 с.
 7. Коваль З. О. Оцінювання ефективності вартісно-орієнтованого управління підприємством в екосистемі інновацій / З. О. Коваль. – Львів : Вид-во Львівської політехніки, 2011. – С. 348–357.
 8. Педченко Н. С. Концептуальні підходи до управління ефективністю формування й результативністю використання потенціалу розвитку підприємств та організацій споживчої кооперації / Н. С. Педченко, Л. М. Шимановська-Діанич // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. – 2019. – № 1 (92). – С. 15–24.
 9. Покропивний С. Ф. Підприємництво: стратегія, організація, ефективність / С. Ф. Покропивний, В. М. Колот. – Київ : КНЕУ, 2001. – 352 с.
 10. Проскурович О. В. Моделювання результативності діяльності підприємства / О. В. Проскурович, М. М. Ястремський // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2015. – № 3, Т. 3. – С. 213–217.
 11. Рзаєва Т. Г. Аналіз результативності діяльності підприємства: кількісні та якісні аспекти / Т. Г. Рзаєва, Ю. А. Демчук // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2015. – № 2, том 1 (222). – С. 52–57.
 12. Терещенко Н. В. Модель комплексной оценки результативности СМК / Н. В. Терещенко, Н. С. Яшин // Методы менеджмента качества. – 2006. – № 4. – С. 12–17.
 13. Тищенко А. Н. Экономическая результативность деятельности предприятий : [монография] / А. Н. Тищенко, Н. А. Кизим, Л. В. Догадайло. – Харків : ИНЖЕК, 2005. – 168 с.
 14. Федулова Л. І. Менеджмент організацій / Л. І. Федулова. – Київ : Либідь, 2004. – 448 с.
 15. Шимановська-Діанич Л. М. Підходи до оцінки ефективності та результативності діяльності торговельного підприємства: сучас-

ний погляд [Електронний ресурс] / Л. М. Шимановська-Діанич, Н. С. Педченко // Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України : зб. наук. пр. – 2019. – № 1 (135). – С. 71–77. – URL: <https://doi.org/10.36818/2071-4653-2019-1-13>. – Назва з екрана.

УДК 005.934:336:658.5 (477.53)

ПОБУДОВА КОРЕЛЯЦІЙНО-РЕГРЕСІЙНОЇ МОДЕЛІ ДОСЛІДЖЕННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ТОВ «ПИРЯТИНСЬКИЙ СИРЗАВОД»

Л. П. Кравчук, магістр спеціальності Фінанси, банківська справа та страхування освітня програма «Фінанси і кредит»

К. Р. Захарченко, магістр спеціальності Фінанси, банківська справа та страхування освітньої програми «Фінанси і кредит»

Н. С. Педченко, д. е. н., професор – науковий керівник

Анотація. У статті розкриті наукові підходи до побудови багатофакторної регресійної моделі залежності фінансової безпеки від ключових факторів фінансової результативності. За результатами лінійних парних регресій фінансова безпека, виражена змінами обсягів чистого прибутку, залежить від обсягів: чистого доходу від реалізації продукції; собівартості реалізованої продукції; інших операційних витрат; середньорічної вартості активів; вартості основних засобів товариства; власного капіталу підприємства; чисельності працівників.

Ключові слова: побудова, кореляційно-регресійна модель, фінансова безпека, дослідження, чинники.

Abstract. Abstract. This article reveal scientific approaches to building a multifactor regression model of financial security dependence on key factors of financial performance. According to the results of linear pairwise regressions, financial security, expressed in terms of net profit, depends on the amount of: net income from sales; cost of goods sold; other operating expenses; average annual value of assets; the value of fixed assets of the company; equity of the enterprise; number of employees.

Key words: construction, correlation-regression model, financial security, research, factors.

Постановка проблеми. Методи багатофакторного кореляційно-регресійного аналізу створюють математичну модель процесу чи явища, яка дала би змогу оцінити ступінь впливу на досліджуваний результативний показник кожного із введених у модель факторів при фіксованому положенні на середньому рівні інших факторів. Отже, використання даного методу аналізу допоможе визначити ступінь впливу факторів фінансової результативності на фінансову безпеку ТОВ «Пирятинський сирзавод».

Аналіз основних досліджень і публікацій. Питаннями побудови кореляційно-регресійної моделі дослідження фінансової безпеки займалися такі вчені, як А. О. Бойко, М. М. Єрмошенко, А. О. Єпіфанов, С. М. Козьменко, С. М. Фролов, В. Ю. Стрілець, Н. С. Педченко [1, 2, 4].

Формулювання мети. Метою дослідження є побудова кореляційно-регресійної моделі дослідження фінансової безпеки товариства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Побудова багатофакторної регресійної моделі залежності фінансової безпеки від ключових факторів фінансової результативності проходить у декілька етапів [1, 2, 4]. Так, першим етапом є вибір всіх можливих факторів, які впливають на фінансову безпеку ТОВ «Пирятинський сирзавод». Визначення ключових впливу факторів фінансової результативності на фінансову безпеку, виражену змінами обсягу чистого прибутку ТОВ «Пирятинський сирзавод», відбувається на основі розробленої стратегічної карти результативності та карти показників. Так, до них відносяться: чистий дохід від реалізації продукції (X1); собівартість продукції (X2); інші операційні витрати (X3); середньорічна вартість активів (X4); середньорічна вартість основних засобів (X5); власний капітал (X6); чисельність працівників (X7).

Наведемо вихідні дані для проведення регресійного аналізу в табл. 1.

Таблиця 1 – Вихідні дані для проведення регресійного аналізу залежності чистого прибутку від ключових факторів результативності

Рік	Чистий прибуток Y	Чистий дохід X1	Собівартість X2	Інші операційні витрати X3	Активи X4	Основні засоби X5	Власний капітал X6	Чисельність працівників X7
2018	-16 006	1 616 516	1 456 698	174 188	564 736	77 650	146 725	650
2019	-62 085	1 409 128	1 286 117	168 029	479 754	102 533	84 677	636
2020	37 602	1 371 020	1 242 015	84 131	502 364	99 195	122 258	612

Наступним етапом побудови багатфакторної регресійної моделі залежності фінансової безпеки від ключових факторів фінансової результативності є визначення методу. Нами використано метод множинної лінійної регресії, де визначаються залежні й незалежні змінні та компоненти лінійної регресії, вибір яких базується на кореляційному аналізі, в результаті чого отримаємо рівняння лінійної множинної регресії (рис. 1).

Ridge Regression Summary for Dependent Variable: Y						
Continue...						
l=,00100 R=,99968070 RI=,99936151 Adjusted RI=,99712677						
F(7,2)=447,20 p<,00223 Std.Error of estimate: 1260,7						
N=10	BETA	St. Err. of BETA	B	St. Err. of B	t(2)	p-level
Intercept			579238,8	767687,1	,75452	,529277
X1	-,050003	,510518	-,0	,2	-,09795	,930907
X2	-,082593	,509632	-,0	,2	-,16206	,886149
X3	-,510764	,415964	-,5	,4	-1,22791	,344383
X4	,206081	,491219	,2	,6	,41953	,715598
X5	-,121764	,502757	-,4	1,9	-,24219	,831201
X6	,419633	,436789	,7	,7	,96072	,438067
X7	-,366733	,467202	-,952,1	1212,9	-,78496	,514696

Рисунок 1 – Підсумкова статистика для залежної змінної чистий прибуток ТОВ «Пирятинський сирзавод»

Одним з основних показників щільності кореляційного зв'язку показника чистого прибутку (Y) з факторами фінансової результативності X_i ($i = 1, m$), а також показника ступеня близькості математичної форми зв'язку до вибірових даних є коефіцієнт множинної кореляції (R) [3], що становить – 0,99968070 та свідчить про тісний зв'язок Y з факторами X1–X7, а також про близькість обраної математичної моделі до вибірових даних.

Відношення суми квадратів центрованих теоретичних значень показника до суми квадратів центрованих вибірових значень

чень показника називається вибіркоvim коефіцієнтом множинної детермінації [3] та в нашому випадку $R\text{-square} = RI$ (коефіцієнт детермінації) = 0,999361 та Adjusted RI (скоректований коефіцієнт детермінації) = 0,997127, що свідчить про якість опису існуючої залежності.

Також критерій Фішера $F(7,2) = 447,20$, що значно перевищує критичне табличне значення і свідчить про значимість зв'язку [3]. За t-тестом Ст'юдента отримані оцінки коефіцієнтів є статистично значимими. Міра розсіювання значень, що спостерігаються відносно регресійної прямої, тобто стандартна похибка оцінки = 1 260,7. Отже, отримана економіко-математична модель визначення впливу факторів фінансової результативності на фінансову безпеку, виражену змінами обсягів чистого прибутку ТОВ «Пирятинський сирзавод», адекватна експериментальним даним і на основі цієї моделі можна здійснювати економічний аналіз та знаходити значення прогнозу (рис. 2).

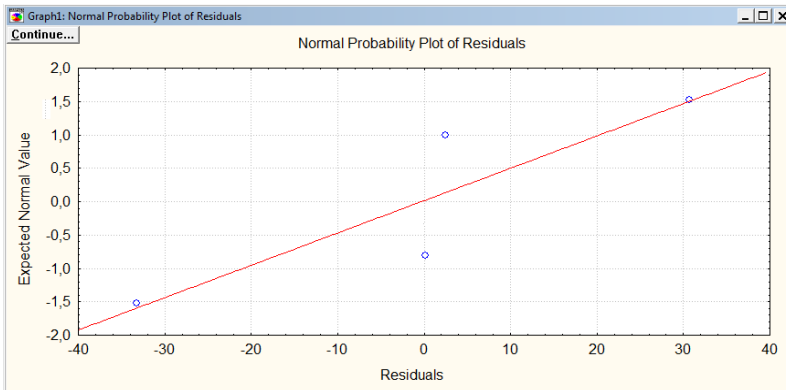


Рисунок 2 – Залежність передбачуваних за допомогою моделі чистого прибутку залишків та фактичних залишків

На рис. 2 представлена залежність передбачених за допомогою моделі чистого прибутку залишків і фактичних залишків. Так, залишки мають приблизно однакову варіацію на всьому протязі ряду і немає очевидного тренду або зрушення в них. Після перевірки адекватності побудованої моделі, рівняння множинної регресії визначення впливу факторів фінансової

результативності на чистий прибуток може бути використано в процесі прогнозування.

Отже, при незмінності значень факторів впливу на фінансову результативність чистий прибуток ТОВ «Пирятинський сирзавод» на в 2021 році може становити – 42 320 тис. грн з 95 %-м довірчим інтервалом.

Побудуємо модель відображення функціональної залежності фінансової безпеки вираженої обсягами чистого прибутку від сімох економічних показників фінансової результативності, яка має наступний вигляд:

$$Y = 579239 - 0,019X_1 - 0,036X_2 - 0,507X_3 + 0,234X_4 - 0,45X_5 + 0,67X_6 - 952,055X_7.$$

Побудова парних лінійних рівнянь регресії визначення впливу на чистий прибуток факторів фінансової результативності, дасть можливість швидко реагувати на зміну певного фактора фінансової результативності, що суттєво підвищить ефективність управління фінансовою безпекою товариства. При цьому, процес прогнозування стає дедалі простішим, адже за допомогою рівнянь регресії можна визначити як зміниться фінансова безпека виражена у обсягах чистого прибутку лише від прогнозу одного з факторів впливу на нього.

Побудуємо лінійні парні рівняння регресії залежності чистого прибутку від ключових факторів фінансової результативності ТОВ «Пирятинський сирзавод» (табл. 2).

Таблиця 2 – Лінійні парні регресії залежності чистого прибутку від ключових факторів результативності ТОВ «Пирятинський сирзавод»

Фактор впливу	Модель парної лінійної залежності	Коефіцієнт кореляції R	Коефіцієнт детермінації R ²	F-критерій Фішера
1	2	3	4	5
Чистий дохід від реалізації продукції (X1)	$Y = 90101,01 - 0,07X_1$	0,1871	0,35	0,0363

1	2	3	4	5
Собівартість продукції (X2)	$Y = 124906 - 0,104X2$	0,2369	0,0561	0,4757
Інші операційні витрати (X3)	$Y = 107167,6 - 0,8491X3$	0,8566	0,7338	22,054
Середньорічна вартість активів (X4)	$Y = -138741 + 0,243X4$	0,2144	0,046	0,3854
Середньорічна вартість основних засобів (X5)	$Y = 14074,12 - 0,2961X5$	0,0802	0,0064	0,0518
Власний капітал (X6)	$Y = -119870 + 0,9023X6$	0,5656	0,3199	3,7621
Чисельність працівників (X7)	$Y = 1065893 - 1706,09X7$	0,6575	0,4323	6,0927

Висновки. Тракувати результати лінійних парних регресій залежності фінансової безпеки вираженої обсягами чистого прибутку від ключових факторів результативності можна наступним чином:

- зменшення чистого доходу від реалізації продукції на 1 000 тис. грн призведе до збільшення чистого прибутку на 70 тис. грн;
- зменшення собівартості реалізованої продукції на на 1 000 тис. грн збільшить чистий прибуток на 104 тис. грн;
- зменшення інших операційних витрат на кожну 1 000 тис. грн призведе до зростання чистого прибутку на 849,1 тис. грн;
- збільшення середньорічної вартості активів на 1 000 тис. грн призведе до зростання чистого прибутку на 243 тис. грн;
- зменшення вартості основних засобів товариства на кожну 1 000 тис. грн збільшить чистий прибуток на 296,1 тис. грн;
- збільшення власного капіталу підприємства на 1 000 тис. грн призведе до підвищення прибутку товариства на 902,3 тис. грн;
- зменшення чисельності працівників на 1 особу збільшить отриманий прибуток товариства на 1 706, тис. грн.

У результаті проведеного дослідження було розроблено моделі лінійної множинної та парної регресії залежності чистого прибутку ТОВ «Пирятинський сирзавод» від факторів впливу фінансової результативності з метою оперативного реагування на внутрішні фінансові зміни для підтримання фінансової безпеки та ефективної системи управління нею.

Список використаних джерел

1. Єпіфанов А. О. Фінансова безпека підприємств і банківських установ : монографія / А. О. Єпіфанов, О. Л. Пластун, В. С. Домбровський. – Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ», 2013. – 295 с.
2. Єрмошенко М. М. Фінансова складова економічної безпеки: держава і підприємство : наук. моногр. / Микола Миколайович Єрмошенко, Кіра Сергіївна Горячева. – Київ : Національна академія управління, 2010. – 232 с.
3. Застосування економіко-математичного моделювання для аналізу діяльності промислового підприємства [Електронний ресурс] / Щербініна С. А., Климко О. Г., Марочко Т. Р. – URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6_2019/61.pdf. – Назва з екрана.
4. Управління фінансовою безпекою економічних суб'єктів [Електронний ресурс] : навч. посіб. для студентів вищих навчальних закладів економічних і юридичних спеціальностей усіх форм навчання / Державний вищий навчальний заклад «Українська академія банківської справи Національного банку України» ; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. С. М. Фролова ; [С. М. Фролов, О. В. Козьменко, А. О. Бойко та ін.]. – Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ», 2015. – 332 с.

УДК 658.14/.16-048.34:339.137.2

ОПТИМІЗАЦІЯ СТРУКТУРИ КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ЯК УМОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЙОГО ФІНАНСОВОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Т. В. Лиза, магістр спеціальності Фінанси, банківська справа та страхування освітня програма «Фінанси і кредит»

М. А. Оліпінська, магістр спеціальності Фінанси, банківська справа та страхування освітня програма «Фінанси і кредит»

Н. С. Педченко, д. е. н., професор – науковий керівник

Анотація. У статті розкриті наукові підходи до оптимізації структури капіталу підприємства як однієї з важливих умов забезпечення фінансової конкурентоспроможності підприємства

та збереження його потенціалу для розвитку у довгостроковій перспективі. Доведено можливість застосування такого інструменту як фінансовий леверидж. Розраховано оптимальне співвідношення позичкового до власного капіталу підприємства. Запропоновано застосування різних підходів до фінансування активів за рахунок капіталу, а саме: ідеальний, консервативний, агресивний та компромісний підходи.

Ключові слова: оптимізація, структура капіталу, співвідношення власного та позичкового капіталу, фінансова конкурентоспроможність, забезпечення.

Abstract. This article reveals scientific approaches to optimizing the capital structure of the enterprise as one of the important conditions for ensuring the financial competitiveness of the enterprise and preserving its potential for long-term development. The possibility of using such a tool as financial leverage is proved. The optimal ratio of loan to equity of the enterprise is calculated. The application of different approaches to capital financing of assets is proposed, namely: ideal, conservative, aggressive and compromise approaches.

Key words: optimization, structure of the capital, the ratio of equity and debt capital, financial competitiveness, security.

Постановка проблеми. Оптимізація структури капіталу – це умова забезпечення фінансової конкурентоспроможності підприємства, оскільки дотримання золотого правила фінансування та балансу дозволить утримати оптимальне співвідношення між значними обсягами власного капіталу і незначними обсягами короткострокових зобов'язань.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Питаннями дослідження оптимізації структури капіталу підприємства як умови забезпечення фінансової конкурентоспроможності займалися такі вчені, як І. О. Бланк, О. В. Дейнека, О. В. Коваленко, О. В. Майборода, А. М. Поддєрьогін, О. П. Пархоменко, Н. С. Педченко.

Формулювання мети. Метою дослідження є розробка та впровадження методики оптимізації структури капіталу підприємства як умови забезпечення його фінансової конкурентоспроможності.

Виклад основного матеріалу дослідження. З метою визначення оптимальної структури капіталу підприємства вартує вра-

хувати вид та специфіку його діяльності, мету його створення, його стратегічні та тактичні цілі розвитку, а також фактори внутрішнього та зовнішнього середовища. Щоб виявити оптимальну структуру капіталу, а саме граничну межу формування власного та використання позичкового капіталів підприємства, пропонується визначати ефект фінансового левериджу [3]. Цей показник доцільно обчислювати для визначення розбіжностей реальної від оптимальної структури капіталу та оцінити ризики, що супроводжують фінансову діяльність підприємства. Крім цього, для забезпечення фінансової конкурентоспроможності потрібно, на нашу думку, звернути увагу на оптимізацію джерел залучення фінансових ресурсів [2]. Коли мова йде про визначення оптимальної структури капіталу слід врахувати, що метою функціонування підприємства є максимізація прибутку в довгостроковій перспективі. При цьому, якщо рентабельність сукупного капіталу (рентабельність активів) перевищує проценти за користування кредитом, то підприємству буде вигідним залучення позикового капіталу [1]. Проте, якщо відсотки за користування позикою перевищують рентабельність капіталу (рентабельність активів), тоді фінансування за рахунок залучення кредитів слід мінімізувати. З цією метою застосовують фінансовий леверидж (важіль) як показник, що відбиває рівень додатково ефекту від власного капіталу при різній питомій вазі використання залучених коштів.

Розрахунок ефекту фінансового важеля аналізованого підприємства наведено у табл. 1.

**Таблиця 1 – Розрахунок ефекту фінансового левериджу для
ПрАТ «Кременчуцький міськмолокозавод» на
2021 рік**

Показник	фактичні дані за 2020 р.	Роки		
		прогнозовані дані 2021 р.		
		співвідношення позичкового до власного капіталу		
		50 : 50	30 : 70	70 : 30
1	2	3	4	5
Загальний обсяг капіталу, тис. грн	836 937	836 937	836 937	836 937

Продовж. табл. 1

1	2	3	4	5
Власний капітал, тис. грн	564 211	418 468,5	585 855,9	251 081,1
Позичковий капітал, тис. грн	272 726	418 468,5	251 081,1	585 855,9
Чистий прибуток, тис. грн	81 898	81 898	81 898	81 898
Економічна рентабельність активів, %	10,995	10,995	10,995	10,995
Ставка податку на прибуток, %	0,18	0,18	0,18	0,18
Ставка відсотку за користування кредитом, %	9	9	9	9
Ефект фінансового левериджу	0,791	1,636	0,701	3,817

Дані таблиці свідчать, що ефект фінансового важеля (левериджу) залежить від співвідношення позикового до власного капіталу, і вказує на те, що найвищий рівень забезпечення фінансової конкурентоспроможності можливо досягти за таким співвідношенням: позиковий до власного на рівні 70 : 30. Проте, рекомендувати підприємству оптимізувати структуру капіталу за наведеним вище розрахунком ефекту фінансового важеля, на нашу думку, є не доцільним, оскільки в цьому випадку його структура різко зміниться, що в подальшому можливо не призведе до покращення результатів діяльності. Також варто врахувати, що фінансування діяльності підприємства за рахунок банківських кредитів вимагає здійснення додаткових витрат за позиковими ресурсами, що може негативно впливати на кінцевий результат.

Саме тому виникає необхідність в пошуку шляхів оптимізації структури капіталу з використанням й інших підходів. Ними можуть бути методи оптимізації структури капіталу за критерієм мінімізації рівня фінансового ризику та термінів залучення

капіталу, що пов'язані з вибором більш дешевих джерел фінансування активів підприємства.

Підприємства можуть застосовувати різні підходи до фінансування різних груп активів за рахунок капіталу, а саме: ідеальний, консервативний, агресивний та компромісний підходи до фінансування активів підприємства [1; 3]. Відзначимо, що темпи розвитку суб'єктів господарювання обмежені, що пояснюється неможливістю збереження сталих тенденцій розвитку в умовах динамічних змін лише за рахунок власного капіталу.

Найбільші переваги у забезпеченні фінансової конкурентоспроможності та збереженні фінансового потенціалу для розвитку мають ті підприємства, що використовують позичений та залучений капітал. Проте ці підприємства мають вищий рівень фінансового ризику та ймовірності загрози банкрутства, оскільки є залежними від співвідношення позичених коштів до власних у загальній структурі капіталу підприємства

Висновки. Отже, для забезпечення фінансової конкурентоспроможності підприємства є потреба у вдосконаленні управління оборотним капіталом на основі визначення оптимальної структури його капіталу. Розглянувши існуючі підходи до формування структури капіталу з використання ефекту фінансового левериджу (співвідношення позикового до власного капіталу 30 : 70, 50 : 50, 70 : 30), відмітимо, що лише 70 % власного капіталу забезпечить покращення управління формуванням капіталу, свідченням чого стане найвище значення ефекту фінансового левериджу. Така структура капіталу суб'єкта господарювання є найбільш оптимальною з метою досягнення ефективності діяльності підприємства задля якої і відбувається поповнення оборотного капіталу, свідченням чого стали прогнозні розрахунки фінансових коефіцієнтів, що визначили покращення рівня фінансової стійкості, ліквідності та платоспроможності підприємства при умові дотримання визначеної структури. Отже, оптимізація структури капіталу відіграє значну роль при забезпеченні фінансової конкурентоспроможності підприємства та збереженні сталих позитивних тенденцій у розвитку.

Список використаних джерел

1. Коваленко О. В. Формування і використання оборотного капіталу підприємства: пошук шляхів підвищення ефективності / О. В. Коваленко // Причорноморські економічні студії. – 2019. – Вип. 41. – С. 203–208.
2. Педченко Н. С. Моніторинг фінансової конкурентоспроможності підприємств : монографія / Педченко Н. С. – Полтава : ПУСКУ, 2007. – 130 с.
3. Педченко Н. С. Теоретико-прикладний аспект забезпечення результативності стратегії фінансування оборотного капіталу підприємства / Н. С. Педченко, А. А. Руденко // Науковий вісник ПУЕТ. Серія «Економічні науки». – 2021. – № 4 (100). – С. 6–14.

УДК 336.2

РОЗВИТОК МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ В УМОВАХ ФІНАНСОВОЇ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ

Л. П. Пасуля, магістр спеціальності Фінанси, банківська справа та страхування освітня програма «Фінанси і кредит»

О. В. Тимошенко, к. е. н., доцент – науковий керівник

Анотація. У статті розглянуто сутність та актуальність впровадження фінансової децентралізації для місцевих бюджетів України. Обґрунтовано, що фінансова децентралізація повинна здійснюватися перерозподілом повноважень між державними та місцевими органами влади, фінансових ресурсів та посиленням місцевих органів влади. Визначено, що завершення процесу децентралізації повинно здійснюватися із зростанням уваги держави до регіональної політики. Доведено, що активне впровадження принципів фінансової децентралізації сприятиме подальшому розвитку місцевого господарства та покращенню добробуту територіальних громад.

Ключові слова: місцевий бюджет, фінансова децентралізація, фінансове забезпечення місцевих бюджетів.

Abstract. The article considers the essence and relevance of the introduction of financial decentralization for local budgets of Ukraine. It is substantiated that financial decentralization should be

carried out by redistribution of powers between state and local authorities, financial resources and strengthening of local authorities. It is determined that the completion of the decentralization process should be carried out with the growing attention of the state to regional policy. It is proved that the active implementation of the principles of financial decentralization will contribute to the further development of the local economy and improve the welfare of local communities.

Key words: local budget, financial decentralization, financial support of local budgets.

Постановка проблеми. На сьогодні питання децентралізації бюджетної системи та посилення ролі автономії місцевих бюджетів в Україні набуває все більшого значення. Успішність функціонування органів місцевого самоврядування багато в чому залежить від фінансування дохідної частини місцевих бюджетів, оскільки органи місцевого самоврядування здійснюють видатки на такі заходи як освіта, охорона здоров'я, соціально-культурний розвиток території, тощо.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Дослідженням ролі і місця місцевих бюджетів у бюджетній системі держави займалися багато науковців, серед яких: І. Габа, Р. Демчак, Л. Лазутіна, В. Пальчук, І. Чугунов та багато інших. Водночас слід звернути увагу на посилення потреби у таких дослідженнях у зв'язку з активним проведенням реформи децентралізації в Україні.

Формулювання мети. Метою статті є оцінка фінансового забезпечення місцевих бюджетів України та дослідження перспектив його розвитку в умовах децентралізації.

Виклад основного матеріалу дослідження. Основною метою ринкової економіки є підвищення життєвого рівня населення. Вирішення соціальних проблем на місцевому рівні є значно ефективнішим, ніж на рівні держави.

Зважаючи на роль місцевих бюджетів, науковці зауважують, що вони уособлюють фінансовий механізм, який проявляється у накопиченні грошових фондів, які спрямовуються на задоволення соціально-культурних і побутових потреб територіальних

громад, і через них забезпечується перерозподіл вартості у між-територіальному вимірі, між галузями господарства, в економічній та суспільній сферах, а, отже, визначає їх як важливий інструмент фінансово-економічного регулювання [4; 6].

В умовах реформування системи публічних фінансів актуальною є тенденція до децентралізації у державному управлінні, в результаті чого виконання певного ряду повноважень передається місцевим органам влади.

Фінансова децентралізація потрібна для фінансової самостійності органів місцевого самоврядування та підвищення ефективності розв'язання завдань, що були передані на місцевий рівень, покращення надання послуг і максимального їх наближення до населення, вдосконалення системи управління [3].

У сучасних дослідженнях децентралізацію визначено як такий спосіб організації публічної влади в державі, за якого адміністративно-територіальні одиниці або інші територіальні утворення мають право самостійно вирішувати питання місцевого значення і реалізувати власні завдання у межах, встановлених законодавством та під відповідальність уповноважених органів і посадових осіб, а втручання у їх діяльність може відбуватись винятково з метою нагляду за законністю в передбачених законом випадках і відповідних формах.

Метою реформи місцевого самоврядування є, передусім, забезпечення його спроможності самостійно, за рахунок власних ресурсів, вирішувати питання місцевого значення.

Основними завданнями, які реалізуються в рамках фінансової децентралізації є:

- перегляд та визначення переліку власних та делегованих повноважень;
- розширення фінансової бази органів місцевого самоврядування;
- перехід до системи цільових трансфертів, спрямованих на компенсацію
- видатків органів місцевого самоврядування в результаті реалізації ними делегованих функцій;

- запровадження максимального рівня прозорості використання бюджетних коштів органами місцевого самоврядування.

Децентралізація бюджетних фінансових ресурсів передбачає:

- зміну трансфертної політики, яка не зможе будуватись на радянському принципі «від кожного по можливостям – кожному по необхідності»;

- надання органами місцевого самоврядування більших повноважень в напрямку розробки та реалізації різноманітних програм соціально-економічного розвитку [1].

- зміну системи оподаткування, при якій змінюються питомі надходження на користь місцевих бюджетів.

Отже, фінансова децентралізація дозволяє збалансувати механізми надання суспільних послуг з потребами та уподобаннями жителів місцевих громад. Фінансова децентралізація посилить незалежність місцевих бюджетів від державного бюджету і створить можливості планування розвитку територій, можливості втілення реальних проєктів. Головним завданням реформи є досягнення оптимального розподілу повноважень між органами місцевого самоврядування та органами виконавчої влади на різних рівнях адміністративно-територіального устрою за принципами субсидіарності та децентралізації.

Слід зазначити, що прийняті Верховною Радою у грудні 2014 року зміни до Бюджетного та Податкового кодексів України є найбільшим за останні роки кроком у напрямку бюджетної децентралізації. Якщо раніше від 50 % до 90 % бюджетів різних рівнів в Україні були дотаційними, то після проведених реформ, кількість дотаційних бюджетів скоротиться вдвічі [2].

Про ефективність впровадження фінансової децентралізації також свідчать результати покращення платоспроможності місцевих бюджетів. Так, у 2015–2017 роках у 58 разів зменшилась кількість наданих казначейських позик, що демонструє посилення платоспроможності місцевих бюджетів. У 2018–2020 роках кількість дотаційних місцевих бюджетів знизилась

завдяки децентралізації на 25 %, кількість бюджетів-донорів зросла на 13 % [5].

Висновки. В ході проведеного дослідження можемо зробити такі висновки. Незважаючи на значні успіхи України в процесі формування нових організаційно-територіальних громад потрібно зазначити на необхідності нарощувати власну дохідну базу бюджетів місцевого самоврядування для забезпечення фінансової самостійності при реалізації своїх функцій. В той же час закріплення певної частини загальнодержавних податків на рівні бюджетів територіальних громад може стати ще одним джерелом надходжень місцевих бюджетів. До цієї частини можна віднести такі податки як акцизний збір з вітчизняних товарів та податок на додану вартість.

Список використаних джерел

1. Габа І. М. «Децентралізація» – деякі плюси і мінуси / І. М. Габа // РайонІнфо. – 2019. – № 1. – С. 5.
2. Демчак Р. Бюджетна децентралізація є основним чинником економічної безпеки держави [Електронний ресурс] / Р. Демчак. – URL: <http://solydarnist.org/?p=15037>. – Назва з екрана.
3. Лазутіна Л. О. Джерела формування місцевих бюджетів територій в умовах децентралізації [Електронний ресурс] / Л. О. Лазутіна. – URL: <http://global-national.in.ua/archive/6-2015/150.pdf> (дата звернення : 15.10.21). – Назва з екрана.
4. Пальчук В. Місцеві бюджети в умовах фінансової децентралізації [Електронний ресурс] / В. Пальчук // Україна: події, факти, коментарі. – 2021. – № 6. – URL: <http://ubuviar.gov.ua/images/ukraine/2021/ukr6.pdf> (дата звернення : 15.10.21). – Назва з екрана.
5. Офіційний веб-сайт Державної казначейської служби України [Електронний ресурс]. – Текст. і граф. дані. – URL: <https://www.treasury.gov.ua/> (дата звернення : 15.10.21). – Назва з екрана.
6. Чугунов О. І. Бюджети місцевого самоврядування як інструмент соціально-економічного розвитку територій [Електронний ресурс] / Чугунов О. І. // Економічний вісник університету. – 2020. – Вип. 23(1). – URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecvu_2014_23%281%29__49 (дата звернення : 15.10.21). – Назва з екрана.

УДОСКОНАЛЕННЯ ПІДХОДІВ ДО ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

Д. В. Пуріг, магістр спеціальності Фінанси, банківська справа та страхування освітня програма «Фінанси і кредит»

С. П. Прасолова, к. е. н., доцент – науковий керівник

Анотація. У статті розглянуто підходи до трактування поняття «організаційно-економічний механізм управління прибутком підприємства». Визначено складові та алгоритм реалізації організаційно-економічного механізму управління величиною та якістю прибутку підприємства, що спрямований на досягнення системної мети його діяльності. Реалізація запропонованих підходів до формування організаційно-економічного механізму управління прибутком підприємства сприятиме оптимізації величини його фінансових результатів, забезпеченню сталого росту прибутковості та економічного розвитку на перспективу.

Ключові слова: фінансові результати, прибуток, механізм управління прибутком.

Summary. The article examines various approaches to interpreting the concept of “organizational and economic mechanism of enterprise profit management”. The components and algorithm for realizing the organizational and economic mechanism for managing the size and quality of profit of the enterprise that is focused on achieving the system purpose of its activity are defined. The implementation of the proposed approaches to the formation of the enterprise’s organizational and economic profit management mechanism will help optimize the value of its financial results, ensuring long-term profitability growth and economic development.

Key words: financial results, profit, profit management mechanism.

Постановка проблеми. В умовах сучасної економічної ситуації на Україні питання підвищення ефективності управління фінансовими результатами підприємства вийшли на перший план. Як відомо, прибуток є одним із головних економічних результатів діяльності підприємства, тому удоскона-

лення механізму управління прибутком є основою зростання фінансово-економічних показників діяльності суб'єктів господарювання. Завдяки механізму управління прибутком формуються передумови успішного функціонування підприємства на ринку, досягнення стійкості і стабільності його розвитку, забезпечення підвищення рівня капіталізації, а відповідно, й зростання його вартості.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Питання управління прибутком досліджені в численних публікаціях таких представників вітчизняної науки, як: І. О. Бланк, Л. С. Гаватюк, Н. В. Дармограй, О. А. Зінченко, В. А. Паламарчук, О. В. Різниченко, Є. Ю. Ткаченко, Г. М. Хімійчук, В. І. Щелкунов та інші. Водночас окремі аспекти та особливості механізму управління прибутком підприємства у сучасних умовах потребують подальших досліджень.

Формулювання мети. Метою статті є розробка практичних рекомендацій щодо напрямів вдосконалення механізму управління прибутком підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Формування механізму управління прибутком підприємства, що ґрунтується на комплексному та системному підході є запорукою успішного управління його фінансовими результатами.

Необхідної ефективності діяльності підприємства можна досягти лише за допомогою розробки та практичного використання організаційно-економічного механізму управління його прибутком, що відповідає сучасним ринковим умовам [1–3]. Розробка відповідного механізму та рекомендацій щодо його використання дозволить довести запропоновані теоретичні розробки до рівня конкретних методик, необхідних керівникам підприємств.

У загальному розумінні економічний механізм – це комплекс способів і засобів реалізації економічних методів управління, що застосовуються на засадах чинного законодавства [4, с. 20]. При цьому, Бланк І. А. звертав увагу на розробку організаційного механізму, акцентуючи на тому, що «система організаційного забезпечення управління прибутком – це взаємопов'язана

сукупність внутрішніх структурних служб та підрозділів підприємства, що забезпечують розробку та прийняття управлінських рішень за окремими питаннями формування, розподілу та використання прибутку, та таких, що відповідають за результати цих рішень» [5, с. 31].

На наш погляд, організаційно-економічний механізм управління величиною і якістю прибутку підприємства представляє собою сукупність відповідних принципів, методів, управлінських і організаційно-економічних заходів та іншого інструментарію, спрямованого на формування прибутку визначеної величини.

У загальному вигляді організаційно-економічний механізм управління величиною і якістю прибутку підприємства може бути представлений як сукупність блоків, що утворюють систему функціональних зв'язків між суб'єктами, об'єктами, засобами, методами та іншими складовими фінансової діяльності підприємства і можуть використовуватися для оптимізації величини його фінансових результатів, забезпечення сталого росту прибутковості та економічного розвитку на перспективу. Цей механізм включає в себе призначення, мету, задачі, принципи створення, часовий інтервал дії, структуру, задачі й результат діяльності кожного окремого блоку.

У процесі формування організаційно-економічного механізму управління величиною і якістю прибутку важливо дотримуватися системного підходу, що враховує стан та зміни зовнішніх й внутрішніх факторів впливу на фінансові результати діяльності підприємства. При цьому організаційна структура підприємства повинна відповідати таким умовам, як:

- можливість оперативного реагування на вимоги ринку, здатність до впровадження інновацій;
- диверсифікація діяльності підприємства;
- орієнтація на максимізацію загальної якості (якості продукції та послуг, якості прибутку, якості діяльності всього підприємства);
- мінімізація ризиків, пов'язаних з організаційною структурою тощо.

Виходячи із сучасних вимог економічного розвитку, а саме необхідності створення необхідних передумов задоволення потреб власників підприємства, окрім визначення елементів організаційно-економічного механізму управління величиною і якістю прибутку підприємства необхідно запропонувати алгоритм його реалізації. У загальному вигляді алгоритм реалізації відповідного механізму, що спрямований на досягнення системної мети діяльності підприємства, подано на рис. 1.

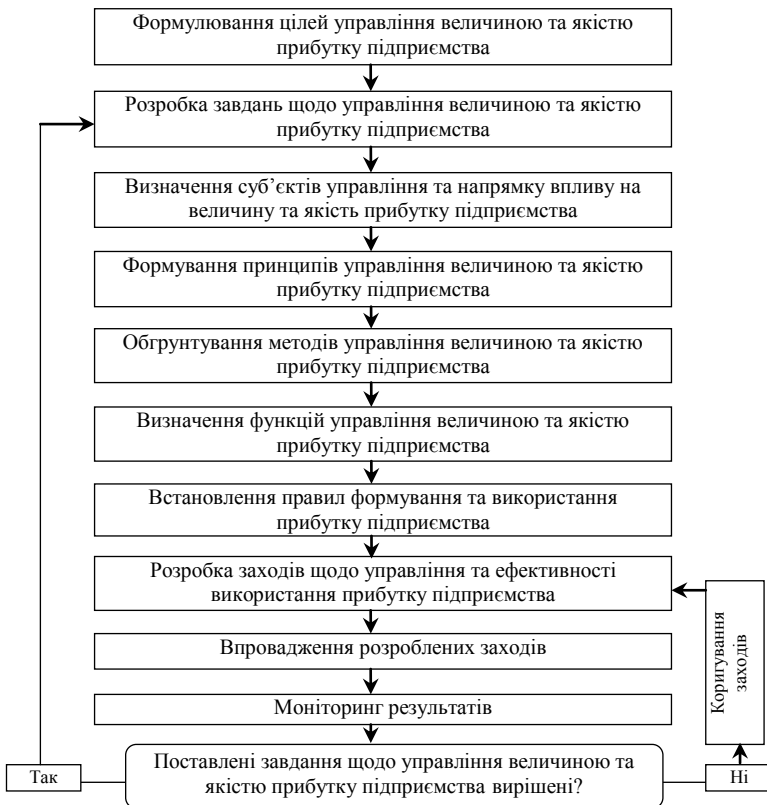


Рисунок 1 – Алгоритм реалізації організаційно-економічного механізму управління величиною та якістю прибутку на підприємстві

Як видно із схематичного відображення розробленого алгоритму реалізації організаційно-економічного механізму, його функціонування здійснюється у рамках стратегії і тактики управління прибутком підприємства з дотриманням вимог нормативно-правової бази, що регламентує формування, розподіл і використання операційного, інвестиційного і фінансового прибутку.

Висновки. Таким чином, запропонований організаційно-економічний механізм – це система взаємопов’язаних складових, кожна з яких виконує певні функції, однак усі вони працюють у комплексі для досягнення однієї мети – досягнення відповідного рівня величини та якості прибутку підприємства. Цей механізм повинен бути органічною складовою організаційно-економічного механізму управління підприємства, що є запорукою мінімізації витрат на організацію управління, координації дій системи управління прибутком з усіма системами менеджменту підприємства, підвищення взаємодії персоналу з метою виконання стратегічних планів підприємства. Розробка механізму управління фінансовими результатами з акцентами на їх якості дозволить вирішити такі важливі завдання, як зростання величини та якості прибутку, зростання результативності діяльності підприємства та забезпечення стабільної його конкурентоспроможності.

Список використаних джерел

1. Зінченко О. А. Удосконалення підходів до формування механізму управління фінансовими результатами підприємства / О. А. Зінченко // Зб. наук. пр. ЧДТУ. – Вип. 32. Ч. II. – С. 8–10.
2. Гаватюк Л. С. Прибутковість українських підприємств: реалії сьогодні / Л. С. Гаватюк, Н. В. Дармограй, Г. М. Хімійчук // Молодий вчений. – 2016. – № 1 (28). – С. 40–43.
3. Ткаченко Є. Ю. Сучасні підходи до управління прибутком промислового підприємства / Є. Ю. Ткаченко // Гуманітарний вісник ЗДІА. – 2015. – № 47. – С. 270–27.
4. Щелкунов В. І. Економічний механізм регулювання діяльності та розвитку виробничого потенціалу підприємств України / В. І. Щелкунов // Вісник Львівського університету економіки та менеджменту. – 2014. – № 1. – С. 10–15.

кунов, О. В. Різниченко, В. А. Паламарчук. – Київ : Наукова думка, 2003. – 188 с.

5. Бланк И. О. Управление прибылью / И. О. Бланк. – Київ : Вид-во КНТЕУ, 2007. – 768 с.

УДК 336.71

РОЛЬ РИНКУ БАНКІВСЬКОГО КРЕДИТУВАННЯ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА В ЕКОНОМІЦІ

М. О. Починок, магістр спеціальності Фінанси, банківська справа та страхування освітня програма «Фінанси і кредит»;

В. М. Свіловський, магістр спеціальності Фінанси, банківська справа та страхування освітня програма «Фінанси і кредит»

О. В. Гасій, к. е. н., доцент – науковий керівник

Анотація. Досліджено сутність та роль ринку банківського кредитування суб'єктів підприємництва в економіці. Доведено, що банківське кредитування суб'єктів підприємництва є фінансовою послугою, оскільки ринок банківського кредитування суб'єктів підприємництва є складовою ринку фінансових послуг. Охарактеризовано суб'єктів ринку банківського кредитування суб'єктів підприємництва та визначено його позитивні риси для активізації відтворювальних процесів. Визначено фактори, що впливають на розмір процентної ставки банків.

Ключові слова: банк, банківське кредитування, суб'єкт підприємництва.

Abstract. The essence and role of the market of bank crediting of business entities in the economy are studied. It has been proven that bank lending to business entities is a financial service, as the market of bank lending to business entities is a component of the financial services market. The subjects of the bank lending market of business entities are characterized and its positive features for intensification of reproduction processes are determined. Factors influencing the size of banks' interest rates are identified.

Key words: bank, bank lending, business entity.

Постановка проблеми. У сучасних умовах банківська система повинна створити сприятливі умови для безперервності відтворювального процесу в економічній системі, що стає неможливим через дефіцит позичкового капіталу та застосування

недостатньо ефективних методів кредитування. Тому актуальними залишаються проблеми теоретичного вивчення природи банківського кредитування суб'єктів підприємництва.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Дослідженням тенденцій розвитку банківського кредитування в Україні займалися такі вітчизняні вчені: Л. В. Кузнецова, А. М. Мороз, Н. О. Непочатенко, М. Ф. Пудовкіна, Г. М. Пурій [5], М. І. Савлук та інші.

Формулювання мети. Метою статті є дослідження роль ринку банківського кредитування суб'єктів підприємництва в економіці.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ринок банківського кредитування суб'єктів підприємництва є особливим сегментом ринку фінансових послуг, де функціонують різні за видом установи-кредитори (ринок банківського кредитування, ринок небанківського кредитування, ринок кредитування міжнародних фінансових організацій) та позичальники (держава, суб'єкти підприємництва та фізичні особи) [4].

Банківське кредитування можна трактувати у широкому та вузькому значенні. У першому – це процес руху позичкового капіталу, в якому посередником виступає банк [1]. У вузькому розумінні – це форма руху позичкового капіталу між банком як кредитором та іншими економічними суб'єктами як позичальниками. Принципами банківського кредитування є принципи його здійснення, а саме забезпеченість, повернення, терміновість, платність, цільове спрямування та кредитоспроможність позичальника. Комплексне, системне застосування всіх принципів банківського кредитування дає можливість враховувати інтереси як банку й позичальника, так і держави.

Отже, ринок банківського кредитування суб'єктів підприємництва можна визначити як складову фінансового ринку, а саме ринку фінансових послуг, яка характеризується сукупністю економічних відносин, що виникають при наявності: посередників-кредиторів (банківських установ), які мають у розпорядженні тимчасово вільні кошти для задоволення наявної потреби в кредитних фінансових послугах; позичальників-суб'єктів

підприємництва, що здатні вчасно і в повному обсязі виконати зобов'язання за наданою кредитною послугою у вигляді відсоткової ставки, та державного регулятора кредитного ринку, а також законодавчого, інституційного, інформаційного, ресурсного та інших видів забезпечення.

Банківське кредитування суб'єктів підприємництва – це процес задоволення їх як короткострокової, так і довгострокової потреби в кредитних ресурсах, у вигляді фінансових інструментів, що забезпечується реалізацією сукупності механізмів кредитних відносин між кредитором та позичальником на принципах строковості, платності, забезпеченості, поворотності та цільового призначення кредиту.

Основними суб'єктами на ринку кредитування виступають кредитор та позичальник. Кредитор – це суб'єкт кредитних відносин, який надає кредити іншому суб'єкту господарської діяльності в тимчасове користування. На досліджуваному ринку кредиторами виступають банки.

Позичальник – це суб'єкт кредитних відносин, який одержує в тимчасове користування грошові кошти на умовах повернення, оплати і строковості. Ними є суб'єкти підприємництва – малі, середні та великі підприємства. При цьому залучати вільні грошові кошти на ринку кредитів можуть як резиденти, так і нерезиденти.

Об'єктами купівлі-продажу на ринку є фінансові, а саме кредитні послуги для суб'єктів підприємництва. Кредитну послугу можна визначити як вид оплаченої фінансової діяльності, що передбачає залучення однією з сторін угоди фінансових або матеріальних активів в іншої, передачу активів і/або відступлення права грошової вимоги (або іншого виду вимоги) третій стороні на умовах, що задовольняють учасників угод і враховують матеріальні та фінансові інтереси позичальника [3]. Таким чином, основною формою надання позик на ринку банківського кредитування суб'єктів підприємництва є пряме банківське кредитування, тобто видача установами банків позик безпосередньо суб'єктам підприємництва в порядку оплати розрахунково-платіжних документів за придбані товарно-мате-

ріальні цінності, обладнання, конструкції, отримані послуги та на інші передбачені договором цілі.

Регулятором на ринку банківського кредитування суб'єктів підприємництва є Національний банк України – центральний банк України, особливий центральний орган державного управління, емісійний центр, проводить єдину державну політику в галузі грошового обігу, кредиту, зміцнення грошової одиниці України, а також регулює та наглядає за діяльністю банків в Україні.

Надання вільних грошових коштів у позику має забезпечити кредиторі відповідний рівень доходу при задовільному ступені ризику неповернення і компенсувати втрачені можливості від інвестування коштів в інші активи [2]. Процентна ставка – це ціна, що сплачується за використання грошей, яка, зазвичай, розглядається як відсоток від кількості позичених грошей. Процентний дохід – дохід, що виплачується за користування фінансовими коштами, виражений у вигляді річної процентної ставки та виплачується власникам фінансових інструментів, дохідність яких визначається в процентах.

Фактори, що впливають на розмір процентної ставки банків, – це:

- облікова ставка НБУ – є базовою процентною ставкою щодо інших процентних ставок Національного банку України та використовується як засіб реалізації грошово-кредитної політики та орієнтир ціни на гроші;
- рівень інфляції повинен обов'язково враховуватись при встановленні як облікової ставки НБУ, так і ставки процента за кредитами банку, оскільки так чи інакше банки нестимуть збитки у зв'язку зі знеціненням грошей;
- розмір кредиту – звичайно процент за великими кредитами повинен бути нижчим, ніж за дрібнішими;
- попит на кредит та інші.

Роль, яку відіграє банківське кредитування у розвитку економіки країни, залежить передусім від ступеня розвитку економічних відносин. Лише в умовах ринкової економіки всі прояви ролі банківського кредиту розкриваються в повному обсязі.

Позитивна роль банківського кредитування проявляється через вплив на розвиток та структурний склад видів економічної діяльності, сприяння розвитку діяльності суб'єктів підприємництва, підвищення платоспроможності населення, скорочення витрат обігу через створення кредитних документів.

Для ефективного функціонування ринку банківського кредитування суб'єктів підприємництва необхідна стабільна економічна ситуація в країні, наявність розвиненої інфраструктури та ефективне державне регулювання. Функціями даного ринку є: об'єднання грошових заощаджень різних суб'єктів підприємництва і утворення з них великих грошових фондів; трансформація коштів у позичковий капітал та надання позик даним суб'єктам підприємницької діяльності.

Висновки. Таким чином, ринок банківського кредитування суб'єктів підприємництва є потужним джерелом фінансування підприємницької діяльності, що забезпечує процеси розширеного відтворення в суспільстві за рахунок активізації інвестиційно-інноваційної діяльності. Активізація банківського кредитування суб'єктів підприємництва є важливим завданням економічної політики, вирішення якого матиме суттєвий соціально-економічний ефект для розвитку України.

Список використаних джерел

1. Гудзь О. Є. Фінансові ресурси сільськогосподарських підприємств : монографія / О. Є. Гудзь. – Київ : ННЦ ІАЕ, 2007. – 578 с.
2. Єгоричева С. Б. Сучасний механізм функціонування регіональної банківської системи : монографія / С. Б. Єгоричева, О. В. Гасій. – Полтава : ПУЕТ, 2016. – 217 с.
3. Москвічова О. С. Державне регулювання кредитних послуг в умовах банківської кризи : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.03 / О. С. Москвічова ; Львівський національний університет імені Івана Франка. – Львів, 2015. – 287 с.
4. Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг [Електронний ресурс] : Закон України від 12.07.2001 № 2664-III. – URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2664-14>. – Назва з екрана.
5. Пурий Г. М. Сучасний стан та перспективи розвитку банківської системи України / Г. М. Пурий // Фінансовий простір. – 2017. – № 3(27). – С. 41–97.

ВИКЛИКИ АНТИКРИЗОВОГО ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЙОГО АДАПТАЦІЯ ДО УМОВ ПАНДЕМІЇ

С. С. Фесенко, *магістр спеціальності Фінанси, банківська справа та страхування освітня програма «Фінанси і кредит»*

Г. М. Сидоренко-Мельник, *к. е. н., доцент – науковий керівник*

Анотація. У статті досліджуються теоретико-методичні засади запровадження антикризового фінансового менеджменту підприємства в умовах пандемії. Окреслено проблемні сфери застосування сучасного інструментарію фінансового управління, його переваги та недоліки. Акцентовано на проблемах реалізації механізмів протикризового опору та ідентифіковано ризики в системі фінансового управління, що в комплексі дозволить забезпечити ефективність та дієвість управлінських рішень в галузі фінансів.

Ключові слова: фінансове управління, антикризовий менеджмент, пандемія.

Abstract. The article investigates the theoretical and methodological principles of the introduction of crisis financial management of the enterprise in a pandemic. The problem areas of application of modern management tools, its advantages and disadvantages are outlined. Emphasis is placed on the problems of implementation of anti-crisis resistance mechanisms and risks in the financial management system are identified, which in the complex will allow to ensure the effectiveness of management decisions.

Key words: financial management, crisis management, pandemic.

Постановка проблеми. Ситуація з поширенням коронавірусу COVID-19 виявила низьку готовність багатьох країн світу до реагування на загрозу масштабної пандемії, засвідчила недосконалість національних систем кризового менеджменту, а також наявність суттєвих уразливостей у різних сферах [1]. За даними Аналітичного центру економіко-правових досліджень та прогнозування Федерації роботодавців України більше поло-

вини респондентів не мають затвердженого плану забезпечення безперервної роботи на період до закінчення обмежувальних заходів [2]. Це обумовлює актуальність завдання розбудови ефективного антикризового менеджменту підприємства, враховуючи, що основною метою при цьому є формування здатності опиратися загрозам пандемії, адаптуватися до змін зовнішнього та внутрішнього бізнес-середовища і підтримувати стале функціонування, здатність до відновлення після кризи до бажаної фінансової рівноваги.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Високий ступінь актуальності питань щодо перебігу та наслідків пандемії COVID-19 обумовив потребу у здійсненні емпіричних узагальнень та прогнозів, що формуються експертами ВООЗ, визнаними дослідницькими та консалтинговими організаціями, як наприклад, McKinsey & Company, Bloomberg L. P. Науковий інтерес представляють праці українських науковців, щодо здійснення антикризового управління в умовах пандемії: О. Стещенко, В. Масалигіної [3], О. Резнікової [1], Н. Бугаса [4] та інших.

Формулювання мети. Метою статті є дослідження практичних та теоретичних засад антикризового менеджменту підприємства та виявлення напрямів його реалізації та забезпечення ефективності в умовах пандемії.

Виклад основного матеріалу дослідження. В умовах сьогодення українські товаровиробники зіштовхнулись з низкою проблемних питань у зв'язку з поширенням коронавірусу COVID-19, серед яких оремим блоком слід виділити: неможливість раннього виявлення, ідентифікації, оцінки і попередження загрози; відсутність достатніх страхових резервів, недостатня проробка альтернативних варіантів стратегій на випадок кризової ситуації; відсутність або неактуальність планів комплексного реагування на ситуацію.

Чільне місце займає вирішення проблеми уникнення негативних наслідків, які може спричинити тривале збереження обмежувальних заходів в умовах карантину.

Невирішеність зазначених проблемних питань не лише знижує ефективність опору поширенню епідемії в країні, але й здатна спричинити низку нових загроз, серед яких можливість розгортання масштабної економічної кризи, значне погіршення умов життя населення, ускладнення криміногенної ситуації, зростання соціальної напруги, поширення протестних настроїв у суспільстві тощо [1].

З поглибленням кризових процесів ускладнюються умови виживання, знижується внутрішній економічний потенціал підприємства, втрачається час для здійснення ефективних антикризових заходів, розширюється коло проблем категорії термінового вирішення. Допущення розвитку кризових процесів на кожній наступній стадії буде в геометричній прогресії збільшувати витрати на вжиття антикризових заходів і зменшувати резерви часу для їх реалізації. У зв'язку з цим виникають дві взаємопов'язані проблеми: ідентифікація фінансової кризи та механізм її усунення.

Прояви фінансової кризи, що викликана загрозами пандемії та обмеженнями карантинного характеру виступають порушення ліквідності – спочатку як окремих складових майна, а потім підприємства в цілому, чим започатковується процес порушення фінансової рівноваги. Оскільки ліквідність виступає матеріальною основою платоспроможності, то уповільнення процесу перетворення активів у засоби платежу резонансно обумовить порушення розрахунково-платіжної дисципліни суб'єкта господарювання. Відповідно уповільнення оборотності майна та дефіцитний чистий грошовий потік підривають основи формування прибутку підприємства. Наслідком цього стає дефіцит рефінансування, вимивання власного капіталу перманентними збитками, втрата фінансової незалежності, яка виражається у незабезпеченні зобов'язань підприємства сукупною вартістю активів.

Хронічна збитковість при одночасному збільшенні позикового капіталу призводить до зниження вартості підприємства – приведеної до теперішньої вартості потоку виплат кредиторам та акціонерам (власникам). Несвоєчасне застосування адекват-

них заходів по запобіганню розвитку фінансової кризи може призвести до падіння вартості підприємства нижче за суму зобов'язань кредиторам. Вартість підприємства може знизитися до рівня, нижчого навіть за ліквідаційну суму активів. Тоді ліквідаційна маса розглядатиметься як вартість підприємства, ліквідація якого є більш економічно доцільною, ніж його експлуатація.

Одним із засобів протидії кризовим проявам є саме антикризове управління, що на відміну від традиційного фінансового управління характеризується оперативністю у прийнятті рішень; значною витратністю на фоні загальної обмеженості фінансових ресурсів; високим рівнем ризику; застосуванням непопулярних заходів; оперативним характером вирішуваних завдань в умовах пандемії [4].

Запровадження ефективного фінансового менеджменту в умовах пандемії, на наш погляд, повинно базуватись на наступних підвалинах:

- організаційна трансформація системи антикризового управління передбачає створення спеціалізованого штабного центру з протидії загрозам COVID-19;
- удосконалення стратегічного планування і аналізу (розробка альтернативних пакетів рішень на випадок реалізації сценаріїв розвитку фінансової ситуації від найгіршої до базової умовно задовільної), як важливих елементів кризового управління і прийняття рішень на підприємстві;
- застосування інструментарію оперативного реагування на фінансові проблеми на основі прагматичної та гнучкої операційної моделі (відслідковування ситуації за допомогою платіжних календарів допоможе уникнути касових розривів та фінансових санкцій);
- максимальна підтримка клієнтів, контрагентів та партнерів (пандемія характеризується порушенням сталих зв'язків, проблемами з дотримання вимог розрахунково-платіжної дисципліни на належному рівні, виникненням сумнівної та надлишкової заборгованостей);

– забезпечення умов дистанційного режиму роботи для відповідних категорій персоналу (сприятиме вирішенню проблеми скорочення штату, нераціональних витрат з оплати праці, збереження робочих місць; підтримка самозайнятих працівників);

– впровадження оперативних заходів з кібербезпеки в фінансовій сфері.

Слід чітко усвідомлювати, що в умовах пандемії запровадження антикризової програми діяльності підприємства є запорукою виживання бізнесу, створення умов для відновлення фінансової рівноваги, посилення опору кризовим проявам, в тому числі у сфері фінансів підприємств.

Висновки. 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» [5]. Антикризове фінансове управління підприємством в умовах пандемії слід зосередити на оцінці доцільного терміну тривалості режиму карантину з урахуванням усіх виявлених ризиків та забезпечення відповідної адаптації антикризових стратегічних та тактичних заходів.

Список використаних джерел

1. Резнікова О. О. Щодо удосконалення кризового менеджменту та розвитку інших складових національної стійкості в умовах пандемії COVID-19 [Електронний ресурс]. – URL: <https://niss.gov.ua/sites/default/files/2020-04/kryzovy-management.pdf>. – Назва з екрана.
2. «Бізнес та COVID-19: вижити не можна померти»: Аналітичний центр економіко-правових досліджень та прогнозування Федерації роботодавців України [Електронний ресурс]. – URL: https://fru.ua/images/doc/analitics/BUSINESS_AND_COVID-19.pdf. – Назва з екрана.
3. Стешенко О. Д. Антикризове управління в умовах пандемії [Електронний ресурс] / Стешенко О. Д., Масалигіна В. В. – URL: <http://btie.kart.edu.ua/article/view/222131>. – Назва з екрана.

4. Бугас Н. В. Вплив ризиків та невизначеностей на ефективність діяльності санаторно-курортних закладів України в умовах пандемії COVID-19 [Електронний ресурс] / Бугас Н. В., Гутман А. І. – URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=8637>. – Назва з екрана.
5. Фесенко С. С. Напрями трансформації фінансового менеджменту підприємств в умовах пандемії / Фесенко С. С. // Актуальні питання розвитку науки та забезпечення якості освіти у XXI столітті : тези доп. XLIV Міжнар. наук. студентської конф. за підсумками науково-дослідних робіт студентів за 2020 рік (м. Полтава, 30–31 березня 2021 р.) : у 2 ч. – Полтава : ПУЕТ, 2021. – Ч. 1. – С. 146–148.

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ ЕКОНОМІКА

Освітня програма «Управління персоналом та економіка праці»

УДК 331

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ЯК СКЛАДОВОЇ СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВИХ ВІДНОСИН

*А. С. Задорожня, магістр спеціальності Економіка освіти
програма «Управління персоналом та економіка праці»*

О. В. Тужилкіна, к. е. н., доцент – науковий керівник

Анотація. У статті проаналізовані сутності понять мотивація, система мотивації, соціально-трудові відносини. З'ясовано, що система мотивації є невід'ємною складовою соціально-трудових відносин.

Ключові слова: мотивація, система мотивації, персонал, соціально-трудові відносини.

Abstract The article analyzes the essence of the concepts of motivation, motivation system, social and labor relations. It has been found that the system of motivation is an integral part of social and labor relations.

Key words: motivation, motivation system, staff, social and labor relations.

Постановка проблеми. Проблема побудови ефективної системи мотивації персоналу актуальна для будь-якого підприємства. Поглиблення розуміння впливу дієвої мотивації на формування соціально-трудових відносин на мікрорівні слугуватиме основою для розробки практичних рекомендацій щодо ефективного використання людських ресурсів підприємства.

Формулювання мети. Визначити роль та значення мотивації праці як складової соціально-трудових відносин.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Дослідження і обговорення сучасних процесів у соціально-трудовій сфері знайшли своє відображення у працях українських вчених О. Грішнєвої, Т. Заяць, А. Колота, Т. Костишиної, Е. Лібанової,

Л. Лісогор, І. Петрової, М. Семикіної, та ін. Більшість праць підкреслюють необхідність і важливість мотиваційної складової ефективного використання людських ресурсів. Але незважаючи на численність публікацій, варто відмітити необхідність продовження досліджень даної проблеми з урахуванням динамізму процесів, що відбуваються по всіх сферах соціально-економічного життя з урахуванням особливостей кожного окремого підприємства, які будують системи мотивації персоналу виходячи із корпоративних інтересів, фінансових можливостей, стратегічних цілей.

Виклад основного матеріалу дослідження. Наразі вітчизняні підприємства зіткнулися з безліччю проблем, пов'язаних з розвитком суспільних, економічних і політичних відносин. Окрім необхідності виробляти конкурентоспроможну продукцію, необхідно враховувати інтереси персоналу, як провідного виробничого ресурсу. Для повноцінного функціонування в ринковому середовищі до підприємств висуваються дуже високі вимоги. Однією з найскладніших сторін управління підприємством, безумовно, можна вважати систему управління персоналом, а особливо підсистему мотивації трудової діяльності працівників. В умовах функціонування ринкової системи господарювання перед підприємством стоїть необхідність діяти у конкурентному середовищі, знаходити і поширювати свою «нішу» на ринку товарів і послуг, оволодівати новим типом економічної поведінки, постійно підтверджувати свою конкурентоспроможність в очах партнерів по бізнесу, конкурентів, засобів масової інформації і споживачів. У зв'язку з цим має зростати внесок кожного працівника у досягнення цілей підприємства. Відтак, одним з головних завдань кожного суб'єкта господарювання стає пошук ефективних способів управління персоналом, що забезпечує активізацію людського чинника. Наявність у працівників належної професійної підготовки, навиків, досвіду не є гарантією високої ефективності праці. Каталізатором їх активної включеності в справи підприємства та ефективності трудової діяльності є мотивація праці [1]. Мотивація персоналу представляє собою сукупність взаємозв'язаних заходів, які

стимулюють окремого працівника або персонал загалом до досягнення індивідуальних і спільних цілей діяльності підприємства. Відомий американський фахівець в сфері менеджменту Р. Дафт розглядав мотивацію як сили, що існують всередині або зовні людини, які збуджують у ній ентузіазм і завзятість при виконанні певних дій. Він зазначав, що мотивація працівників впливає на їх продуктивність, і частина роботи менеджера полягає у тому, щоб спрямувати мотивацію персоналу на досягнення цілей підприємства [2]. На поведінку людини в процесі трудової діяльності впливає комплекс факторів-мотиваторів, що спонукають до діяльності: зовнішніх – на рівні держави, виду економічної діяльності, регіону, підприємства; внутрішніх – складових структури самої особистості працівника (потреби, інтереси, цінності людини, пов'язані з ними та соціокультурним середовищем особливості трудової ментальності тощо). Підкреслюючи взаємозв'язок між внутрішніми і зовнішніми чинниками, О. Кіббанов зазначає, що процес мотивації це перехід від актуалізованих потреб (що стали з потенційних реальними), що реалізуються за допомогою трудової діяльності, до трудової поведінки [3]. Тобто процес управління по суті є активізацією внутрішніх сил людини через зовнішній вплив, в результаті чого відбуваються певні дії, значимі як для неї самої, так і для підприємства. На думку Л. Червінської, мотивація працівника забезпечується активізацією двох механізмів спонукання людей до праці: задоволення актуальних потреб та інтересів працівників; взаємозв'язок стимулів та мотивів [4]. Отже, перший механізм забезпечує врахування різноманітної сфери потреб працівника, при чому, відповідно до теорій потреб, як фізіологічної, так і соціальної природи. Адже саме актуалізовані потреби сприяють стимулюванню активності людини, яка у силу своєї соціальної спрямованості, налагоджує активну взаємодію як із соціальним оточенням, так і з природним довколишнім середовищем. Мотивація як функція управління людськими ресурсами розглядає створення умов для використання мотивів поведінки людини в практиці управління її діяльністю, їх формування в процесі діяльності й закріплення в якості постійно діючих домінант.

Безумовно, ефективність трудової діяльності залежить від мотивації працівників. Проте ця залежність досить складна і неоднозначна. Буває так, що людина, яка під впливом внутрішніх і зовнішніх чинників-мотиваторів зацікавлена в досягненні високих кінцевих результатів. Проте на практиці вона показує гірші результати праці, ніж людина, яка значно менше зацікавлена в ефективній роботі. Відсутність однозначного взаємозв'язку між мотивацією трудової діяльності та її кінцевими результатами зумовлена тим, що на результати праці людини впливає також безліч інших чинників, як, наприклад, кваліфікація працівника, його професійні здібності та практичні навички, правильне розуміння поставлених виробничих завдань, зовнішнє (фізичне) середовище та інші умови праці. Неоднозначність залежності між мотивацією і результатами праці породжує вагомому управлінську проблему: як оцінювати результати роботи окремого працівника і як його винагороджувати. Якщо рівень винагороди пов'язувати лише з результатами праці, то це буде демотивувати працівника, який отримав дещо нижчий результат, але виявляв ретельність, докладав більше зусиль. З іншого боку, якщо винагороджувати працівника лише «за добрі наміри», без повного врахування реальних результатів його праці – це може бути несправедливим щодо інших працівників, продуктивність праці яких вища. Зрозуміло, що вирішення цієї проблеми має ситуаційний характер. Менеджери з персоналу повинні пам'ятати, що такі проблеми в практиці управління персоналом виникають досить часто, а їх вирішення потребує комплексного підходу до побудови дієвої системи управління персоналом і підприємством. Отже, провідне місце в системі управління персоналом посідає мотивація трудової діяльності працівників. Мотивація персоналу представляє собою сукупність взаємозв'язаних заходів, які стимулюють окремого працівника або персонал у цілому до досягнення індивідуальних і спільних цілей діяльності підприємства. Неоднозначність залежності між мотивацією і результатами праці породжує вагомому управлінську проблему: як оцінювати результати роботи окремого працівника і як його винагороджувати.

Висновки. Отже, провідне місце в системі управління персоналом посідає мотивація трудової діяльності працівників. Мотивація персоналу представляє собою сукупність взаємозв'язаних заходів, які стимулюють окремого працівника або персонал загалом до досягнення індивідуальних і спільних цілей діяльності підприємства. Підприємство і працівники є рівноправними партнерами у соціально-трудових відносинах, отже, обидві сторони зацікавлені у формуванні ефективної системи мотивації.

Список використаних джерел

1. Армстронг М. Практика управления человеческими ресурсами / М. Армстронг ; пер. с англ. под ред. С. К. Мордовина. – 10-е изд. – Санкт-Петербург : Питер, 2012. – 848 с.
2. Ковальчук В. І. Теоретичні аспекти розвитку мотивації педагогічних працівників ПТНЗ / В. І. Ковальчук, С. С. Присяжнюк // Молодий вчений. 2017. – № 5 (45). – С. 382–387.
3. Управление персоналом : энциклопедический словарь / под ред. А. Я. Кибанова. – Москва : ИНФРА-М, 1998. – 453 с.
4. Червінська Л. П. До питання мотивації персоналу / Л. П. Червінська // Соціально-трудові відносини: теорія та практика. – 2014. – № 1. – С. 108–113.

УДК 331.2

ФОРМУВАННЯ КАДРОВОЇ БЕЗПЕКИ НА ПІДПРИЄМСТВІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

О. А. Кашуба, спеціальність *Економіка освіти* програма
«Управління персоналом і економіка праці»

Л. В. Степанова, к. е. н., доцент – науковий керівник

Анотація. У статті обґрунтовано необхідність вивчення кадрової безпеки підприємства, що зумовлено пріоритетністю людського чинника у сучасних умовах господарювання. Розглянуто сутність кадрової безпеки підприємства та визначено особливості трактування поняття різними авторами. Подано авторське трактування кадрової безпеки підприємства, яке полягає у уточненні терміну в частині фокусування на розкритті

трудового потенціалу працівників, що сприятиме підвищенню ефективності господарської діяльності підприємств.

Ключові слова: кадрова безпека, людський чинник, трудовий потенціал, ефективність підприємства.

Abstract. The article substantiates the need to study the personnel security of the enterprise, which is due to the priority of the human factor in modern business conditions. The essence of personnel security of the enterprise is considered and the peculiarities of interpretation of the concept by different authors are determined. The author's interpretation of personnel security of the enterprise is given, which consists in clarifying the term in terms of focusing on the disclosure of labor potential of employees, which will increase the efficiency of economic activity of enterprises.

Key words: personnel safety, human factor, labor potential, enterprise efficiency.

Постановка проблеми. Стратегія розвитку України як незалежної держави може здійснюватися лише за умов високого рівня людського потенціалу. Однією з головних стратегічних цілей формування соціальної структури українського суспільства є поступове досягнення основних сучасних характеристик якості життя, таких як можливості соціальної і професійної мобільності, достатній рівень доходів, наявність і упорядкованість житла та домашнього господарства, соціальні гарантії у сфері освіти, охорони здоров'я, транспортна та комунікаційна доступність тощо.

У процесі розгортання найважливіших господарських змін – збільшення частки послуг в економіці, випереджального розвитку виробництва унікальних благ, що не підлягають відтворенню, формування адекватних новим умовам виробничих структур – створюються об'єктивні передумови для трансформації системи суспільних цінностей, розширення господарської та особистої свободи. Разом з тим проявляється все більша залежність сучасного виробництва від творчого потенціалу людини. Уперше в історії господарський і технологічний прогрес виявляється вже не стільки у нарощуванні обсягів виробництва чи вдосконаленні продукції, скільки у мінливому розвитку потенціалу людини, її

ставленні до самої себе і свого місця в навколишньому світі [1, с. 486].

Аналіз основних досліджень і публікацій. Питаннями формування та реалізації кадрової безпеки на підприємствах опікувалися такі вчені: Л. Абалкін, А. Алавердова, О. Ареф'єва, Т. Бушман, В. Гейць, Г. Задорожний, С. Ілляшенко, О. Литовченко, О. Ляшенко, М. Магура, В. Панченко, Н. Підлужна, І. Чумарін, Н. Швець, В. Ярочкін та ін.

Метою статті є аналіз теоретичних підходів до поняття «кадрова безпека» та формування авторського підходу до нього, яке б ураховувало вже визначені ученими особливості та відповідало сучасним вимогам економічного теоретичного апарату.

Виклад основного матеріалу дослідження. Більшість українських учених розглядають поняття «кадрова безпека» лише в контексті характеристик функціональних складових економічної безпеки, хоча останнім часом різні за масштабами, наслідками та значущістю для підприємства види злочинів і правопорушень так чи інакше пов'язані з конкретними діями працівників.

Козаченко Г. В., Пономарьов В. П., Ляшенко О. М. визначають, що «ступінь надійності всієї системи... визначається рівнем безпеки найслабшої її ланки, якою вважається персонал організації» [2, с. 69].

Учений І. Г. Чумарін пропонує визначати кадрову безпеку як процес попередження негативних впливів ризиків та загроз, пов'язаних із персоналом, його інтелектуальним потенціалом і трудовими відносинами загалом [3, с. 67].

Ми поділяємо думку С. Ф. Покропивного, який, поєднуючи поняття «кадри» та «економічна безпека», підкреслює їх причинно-наслідковий зв'язок, та стверджує, що «належний рівень економічної безпеки у великій мірі залежить від складу кадрів, їхнього інтелекту та професіоналізму» [4].

Згідно з думкою Т. С. Бушман, важливим етапом наукового дослідження сутності кадрової безпеки і виявлення її місця в системі економічної безпеки підприємства є аналіз і обґрунтування її складових.

Кадрова безпека має складну структуру через динамізм її ключових елементів. Доречно акцентувати увагу на тому, що навіть з простого перерахування складових кадрової безпеки стає очевидним, що вони неоднакові як за значенням, так і за змістом. Забезпечення одних складових кадрової безпеки безпосередньо пов'язано з мінімізацією та запобіганням ризикам і загрозам з боку власного персоналу, другі спрямовані на захист самих працівників, а треті, не маючи безпосереднього відношення до персоналу, сприяють економічній безпеці підприємства [5, с. 149].

На нашу думку, кадрова безпека – це система заходів протидії загрозам з боку персоналу через підвищення лояльності, розкриття трудового потенціалу, мотивацію і забезпечення гідних умов праці та оплати праці працівників.

Отже, формування кадрової безпеки на підприємствах у сучасних умовах господарювання передбачає, насамперед, детальне вивчення її суті, чинників впливу, принципів побудови й реалізації та структури, а також її місця в загальній економічній безпеці.

Список використаних джерел

1. Юхачев С. П. Формирование интеллектуально-креативных ресурсов предприятия как условие обеспечения его экономической безопасности / Юхачев С. П., Попов С. В. // Вестник Тамбовского университета. Гуманитарные науки. – 2011. – Т. 104. № 122. – С. 484–488.
2. Козаченко Г. В. Економічна безпека підприємства: сутність та механізм забезпечення: монографія / Козаченко Г. В., Пономарьов В. П., Ляшенко О. М. – Київ: Лібра, 2003. – 280 с.
3. Чумарин И. Г. Что такое кадровая безопасность компании? Кадры предприятия / Чумарин И. Г. – 2003. – № 2. – С. 66–70.
4. Економіка підприємства: підручник / за заг. ред. д-ра. екон. наук, проф. Покропивного С. Ф. – Київ: КНЕУ, 2003. – 608 с.
5. Бушман Т. С. Моделирование процесса обеспечения кадровой безопасности машиностроительных предприятий / Бушман Т. С. // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2016. – № 56. – С. 25–30.

МОТИВАЦІЙНА ПОЛІТИКА ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ HR-ІМІДЖУ ПІДПРИЄМСТВА

Я. М. Пронько, магістр спеціальності Економіка освітньої програми «Управління персоналом та економіка праці»

О. В. Тужилкіна, к. е. н., доцент – науковий керівник

Анотація. У статті проаналізовані сутності понять «імідж підприємства», «мотивація», розглянуті основні види мотивації і її роль в системі управління персоналом підприємства. З'ясовано, що мотиваційна політика є чинником підвищення HR-іміджу підприємства.

Ключові слова: мотивація, персонал, HR-імідж підприємства.

Abstract. The article analyzes the essence of the concepts of “image of the enterprise”, “motivation”, considers the main types of motivation and its role in the personnel management system of the enterprise. It was found that the motivational policy is a factor in improving the HR-image of the enterprise.

Key words: motivation, personnel, HR-image of the enterprise.

Постановка проблеми. Ефективне управління людськими ресурсами підприємства є запорукою формування позитивного HR-іміджу підприємства. Управління персоналом відбувається за допомогою засобів мотивації, які безпосередньо пов'язані з впровадженням мотиваційної політики. Отже, добре мотивований персонал є найбільш продуктивним, що в результаті впливає на кінцеві показники діяльності підприємства, на його загальний імідж, як роботодавця, що, в свою чергу, приваблює найкращих працівників.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Теоретичним та практичним аспектам аналізу основ мотиваційної політики, формування іміджу, управління ресурсами підприємства присвячено значну кількість робіт учених, зокрема істотний внесок зробили Д. Мак-Клелланд, В. Врум, В. Сизоненко, Л. Орбан-Лембрик та ін. Разом з тим, недостатньо уваги приділялося питанням взаємопов'язаності мотиваційної політики та підвищення HR-іміджу підприємства.

Формулювання мети. Метою статті є аналіз сутності понять «HR-імідж», «мотивація» та огляд основних видів мотивації та іміджу в системі управління персоналом, а також їх взаємозв'язку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ресурси підприємства є складовою частиною та фундаментальною основою будь-якого підприємства, адже без ресурсного забезпечення підприємство просто не зможе функціонувати. До основних складників ресурсного потенціалу підприємства належить: матеріальні ресурси; нематеріальні ресурси; технічні ресурси (або основні засоби); фінансові ресурси; трудові ресурси; інформаційні ресурси; інноваційні ресурси.

Складовим елементом системи управління персоналом зокрема є мотивація, яка спрямована на досягнення особистих інтересів працівника та глобальних цілей діяльності підприємства. У своїй еволюції поняття «мотивація» пройшло низку історичних етапів починаючи з політики «батога і пряника» і закінчуючи «концепцією людських ресурсів» (сприйняття працівника як ключової фігури на підприємстві, від якої залежать кінцеві результати виробничої діяльності). Доволі тривалий час поняття «мотивація» асоціювалося з поняттям стимулювання. У наш час термін мотивація трактується по-різному: як сукупність факторів, які визначають активність особистості [1]; це поняття включає в себе всі види спонукань: мотиви, потреби, інтереси, намагання, цілі, мотиваційні установки чи диспозиції, ідеали [2]; як процес спонукання членів організації до діяльності для досягнення цілей організації [3]. Виділяють кілька основних видів мотивації праці: матеріальну, адміністративну, моральну. Матеріальна мотивація реалізується через систему оплати праці, участі працівників у прибутках. При цьому виділяють такі види матеріальної мотивації: пряму (премії, відрядна оплата праці, подарунки) та непряму (харчування на підприємстві, пільги під час придбання житла, пільги на проїзд). Адміністративна мотивація ґрунтується на дисципліні праці, відповідальності працівника, використанні дисциплінарних заохочень і різних форм дисциплінарного покарання (догана, зауваження, звіль-

нення з роботи). Моральна мотивація передбачає використання системи оцінювання ділових якостей працівників та їх заслуг, виховання у них почуття гордості за свою фірму, відданості їй, відчуття необхідності, їхньої потрібності на підприємстві. Тобто моральна мотивація реалізується через: можливість кар'єрного росту; можливість організації гнучкого графіка роботи; наявність права голосу під час прийняття важливих для підприємства рішень [4].

На практиці застосовуються такі методи мотивації трудової діяльності: економічні прямі, економічні непрямі, негрошові. Серед чинників, які впливають на поведінку персоналу й які обов'язково необхідно враховувати в практиці мотивації трудової діяльності, можна виділити такі: професійна підготовка; фізичний тип особистості; рівень самосвідомості та освіченості; вплив зовнішнього середовища; психологічний клімат у колективі. Комплексна система мотивації праці повинна відповідати низці вимог: урахувати всі потреби й інтереси кожного окремого працівника в трудовому колективі; формувати мотиваційно-стимуляційну основу діяльності як у макро-, так і в мікросередовищі; впливати на мотиваційну свідомість працівника [5]. Тобто ефективна система мотивації підприємства є запорукою успішного функціонування персоналу, адже високомотивовані працівники здатні реалізовувати поставлені завдання найбільш ефективно. У системі управління людським потенціалом результатом ефективного управління мотиваційною політикою є підвищення HR-іміджу підприємства. Термін «імідж» (англ. image – образ) означає відображення у психіці людини у вигляді образу тих чи інших характеристик об'єкта чи явища. А. Звіринцев під іміджем розуміє «відносно стійке уявлення про будь-який об'єкт». Маркетолог Ф. Котлер визначає імідж як «сприйняття компанії чи її товарів суспільством» [6]. Л. Орбан-Лембрик вважає, що імідж – це враження, яке організація та її працівники справляють на людей і яке фіксується в їхній свідомості у формі певних емоційно забарвлених стереотипних уявлень [7]. На думку А. Семенова, імідж – це навмисне спроектований в інтересах підприємства, що ґрунтується на

особливостях діяльності, внутрішніх закономірностях, властивостях, перевагах, якостях і характеристиках образ, який цілеспрямовано входить у свідомість цільової аудиторії, відповідає її очікуванням і вирізняє компанію від аналогічних [8]. В. Сизоненко зазначає, що імідж – це позитивний образ будь-якої фірми, що формує стабільну конкурентну перевагу через створення загального образу, репутації, думки громадськості, споживачів і партнерів про престиж підприємства, його товари та послуги, післяпродажний сервіс [9]. Імідж підприємства – створений образ компанії на ринку. При цьому створення іміджу – це результат роботи значної кількості професіоналів у галузі маркетингу і реклами, дизайну, психології, PR-фахівців. Ретельно продуманий імідж підприємства формує позитивний образ у споживачів, що дає можливість високо позиціонувати компанію на ринку для того, щоб знайти свого споживача або клієнта. Внутрішній імідж компанії – ставлення до компанії її персоналу і керівників. Внутрішній імідж передбачає розроблення на підприємстві мотиваційної та корпоративної політики [6]. Для того щоб підприємство досягло стійкого та довгострокового позитивного ділового успіху, необхідною умовою є створення сильного іміджу підприємства. Він надає можливість здобуття організацією певної ринкової сили, захищає підприємство від атак конкурентів, укріплює позиції відносно товарів-замінників та полегшує доступ фірми до різного роду ресурсів. Удало сформований імідж запам'ятовується і закріплюється у свідомості цільової аудиторії, він є своєрідним сигналом до позитивного сприйняття підприємства і завдяки цьому може подолати такі перешкоди, як недовіра і неувага, характерні для масової свідомості [8]. Вагомим фактором формування потужного внутрішнього іміджу підприємства обов'язково є персонал підприємства. Відношення керівництва до своїх працівників, оплата праці та мотивація, створення сприятливих умов на робочому місці – все це впливає на підвищення продуктивності праці, формування у працівників позитивного відношення до підприємства і, відповідно, сприяє загальному розвитку компанії і формує HR-імідж підприємства, як надійного роботодавця. При цьому

високомотивований персонал слугує додатковим джерелом розповсюдження інформації стосовно специфіки діяльності підприємства, а отже, і певним джерелом рекламування та просування своєї фірми.

Висновки. Ефективне управління персоналом на основі мотиваційної політики – запорука успішного розвитку підприємства. Розвинена політика мотивації персоналу та сприятливі умови праці формують позитивний HR-імідж підприємства, як надійного роботодавця. Узагальнено імідж підприємства можна визначити як його образ в очах населення та його працівників. Мотиваційна політика є чинником підвищення HR-іміджу підприємства. Подальші дослідження мають бути спрямовані на визначення чіткої системи взаємозв'язків між мотивацією персоналу та HR-іміджем підприємства, причинно-наслідкових зв'язків.

Список використаних джерел

1. Занюк С. Психологія мотивації : навч. посіб. / С. Занюк. – Київ : Либідь, 2002. – 304 с.
2. Асеев В. Г. Мотивация поведения и формирования личности / В. Г. Асеев. – Москва : Мысль, 1976. – 158 с.
3. Машков О. Системний підхід до керівництва організацією: функції мотивації / О. Машков, С. Мосов, Н. Нижник // Вісник УАДУ. – 1998. – № 1. – С. 132–137.
4. McClelland D. Human Motivatoin / McClelland D. – N. Y. : Appleton, 1985. – 213 p.
5. Vroom V. Work and motivation / V. Vroom. – N.Y. : Villey, 1964. – 249 p.
6. Імідж організації, його характеристика та взаємозв'язок із культурою [Електронний ресурс]. – URL: http://pidruchniki.com/16520205/menedzhment/imidzh_organizatsiyi_yogo_harakteristika_vzayemozvyazok_kulturoyu. – Назва з екрана.
7. Орбан-Лембрик Л. Е. Психологія управління : [посібник] / Л. Е. Орбан-Лембрик. – Київ : Академвидав, 2003. – 568 с.
8. Костюк Г. В. Формування позитивного іміджу підприємства [Електронний ресурс] / Г. В. Костюк, В. В. Сторожук // Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. – 2014. – № 1. – С. 176–181. – URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vknutd_2014_1_27. – Назва з екрана.

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ МАРКЕТИНГ

Освітня програма «Маркетинг»

УДК 339.138

МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ НАРОЩУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Ю. О. Бедюх, магістр спеціальності Маркетинг

Н. В. Карпенко, д. е. н., професор – науковий керівник

Анотація. У статті розглянуто маркетингові можливості, які являють собою певні напрями зусиль підприємства над ринком (ділянках ринку) задля отримання вигоди (зокрема фінансової). Маркетингова можливість фірми – це прерогативний напрямок маркетингових зусиль, на якому конкретна фірма може досягти конкурентної переваги. Насамперед, необхідно оцінити наскільки маркетингова можливість фірми відповідає цілям та ресурсам фірми. Виявлення маркетингових можливостей фірми є одним із найважливіших завдань реалізації маркетингу. Її рішення дозволяє встановити вигідну сферу діяльності та визначити найбільш прийнятну сукупність пропонованих товарів, покликану повніше задовольняти встановлені чи сформовані потреби. Виявлення маркетингових можливостей передбачає аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища маркетингу. Якщо такий аналіз проведено на належному рівні та встановлено слабкі та сильні сторони фірми, а також виявлено можливості та загрози в маркетинговому середовищі, то це дозволяє побудувати обґрунтовані стратегії маркетингу, реалізація яких багато в чому гарантує успіх підприємницької діяльності та визначає величину прибутку, одержувану комерційним підприємством над ринком.

Ключові слова: маркетингові можливості, маркетингові інструменти, конкурентоспроможність підприємства, інноваційна продукція

Постановка проблеми. Аналіз та оцінка маркетингових можливостей підприємства є необхідною умовою для прийняття рішень при короткостроковому та довгостроковому стратегічному плануванні. Насамперед, необхідно оцінити наскільки маркетингова можливість фірми відповідає цілям та ресурсам фірми.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні проблеми забезпечення конкурентоспроможності підприємств широко висвітлені в працях вітчизняних учених: Д. Лук'яненко, А. Мокія, В. Нємцова, М. Чумаченка, О. Школьного, Н. Карпенко, М. Іваннікової а також зарубіжних науковців: М. Вебера, В. Істерлі, Р. Карбау, П. Кругмана, Р. Левіна, Дж. Маркусена, А. Маршала, Дж. Ф. Мура, М. Портера, К. Прахалада, Р. Райха, Дж. Сакса.

Формулювання мети. Аналіз ринкових можливостей як підприємства, і галузі передбачає аналіз наступних складових: систему маркетингових досліджень та маркетингової інформації; маркетингового середовища; ринків споживачів; ринку підприємства та галузі.

Крім цього, аналіз ринкових можливостей суб'єкта господарювання включає детальне вивчення: соціально-політичного стану середовища; урядових обмежень на торгівлю; рівня конкуренції на ринку; ефективності використання засобів стимулювання збуту; особливостей умов просування та збуту; стандартизації та вимог якості [3].

Виклад основного матеріалу дослідження. Для аналізу маркетингових можливостей суб'єкта господарювання використовується безліч різних методів: ситуаційний аналіз, STEP-аналіз, PEST-аналіз, SWOT-аналіз, GAP-аналіз і т. ін.

Для оцінки маркетингових можливостей суб'єкта господарювання найчастіше використовується система показників, що складається з двох груп:

1. Показники «зовнішнього» середовища, наприклад:
 - частка підприємства на ринку;
 - динаміка обсягу виручки в тимчасовому періоді, що розглядається, в цілому по галузі та окремого підприємства;
 - рівень споживчих переваг або споживчого задоволення;
 - обсяг зовнішніх інвестицій та ін.
2. Показники «внутрішнього» середовища, наприклад:
 - обсяг прибутку та його динаміка;
 - рентабельність виробництва/лінії/продукції;

- рівень продуктивності праці;
- обсяг інвестицій за рахунок власних коштів та ін.

Для забезпечення успішної діяльності компанії та підвищення ефективності продажів існують різні інструменти маркетингу – способи забезпечення взаємовідносин між споживачем та компанією. Підбір та застосування інструментів маркетингу реалізується через процедури комплексу маркетингу: продукт, ціна, просування, постачання [1]. Концепція комплексу маркетингу визначається набором основних інструментів маркетингу: товарна політика (нововведення, робота з асортиментом, зняття з виробництва товарів, життєвий цикл яких завершився, обслуговування покупців, послуги та гарантії), цінова політика (визначення базової ціни, розрахунок ціни, знижки, кредит), комунікаційна політика (реклама, паблік рілейшнз) та збутова політика (маркетингові дослідження, продажі, освоєння нових ринків тощо), а також розробка та реалізація конкурентних стратегій. Найперший інструмент маркетингу – кошторис, за якою ресурси фірми розподіляються по підрозділам. Далі йдуть такі інструменти маркетингу, як реклама – найефективніший спосіб донесення інформації про товари до споживача з метою просування товару – та паблік рілейшнз – інструмент маркетингу, що сприяє встановленню та підтримці взаємодії, розташування, взаєморозуміння та співпраці між компанією та суспільством, формуванню доброзичливої громадської думки про продукт компанії та її діяльність, підтримання позитивної репутації компанії [4]. Ще одним із інструментів маркетингу є персональні продажі, проте цей інструмент дуже витратний, оскільки пов'язаний з підготовкою висококласних фахівців з продажу, витратами на пересування, психологічними навантаженнями та ін. Нарешті, найважливішим інструментом маркетингу вважається цінова політика, політика ціноутворення. Це зазвичай завершальний етап ринкової діяльності, і тут – своєрідний індикатор умов, у яких компанія існує і діє. Таким чином, у розпорядженні компанії є різні інструменти маркетингу, кожен з яких досить ресурсомісткий, тому необхідно підібрати найбільш підходящий варіант і комбінацію інструментів маркетингу для реалізації маркетингового плану.

У табл. 1 наведено інструменти маркетингу, які використовуються для підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Таблиця 1 – Інструменти маркетингу, що використовуються для підвищення конкурентоспроможності підприємства

Інструменти маркетингу	Характеристика
1. Якість товару	Сукупність властивостей і характеристик товарів, що мають відношення до їх здатності задовольняти заявлені або потреби
2. Асортимент товару	Група товарів, тісно пов'язаних між собою, з погляду їхнього функціонального наповнення, тобто з точки зору того, які потреби можуть задовольняти товари, реалізуючи функції, закладені в них
3. Упаковка товару	Зовнішня оболонка товару, що виконує роль зберігання, захисту, а також реклами та бренду компанії, що пропонують свої товари
4. Ціна товару	Кількість грошей, що визначає цінність речей. Визначаючи ціну товару, фірма прагне створити своєму товару певний імідж, позиціонувати його
5. Система збуту	Комплекс процедур просування готової продукції на ринок (формування попиту, отримання та обробка замовлень, комплектація та підготовка продукції до відправки покупцям, відвантаження продукції на транспортний засіб та транспортування до місця продажу чи призначення) та організацію розрахунків за неї (встановлення умов та здійснення процедур розрахунків із покупцями за відвантажену продукцію)
6. Просування сайту компанії	Створення сайту в єдиному стилі фірми, на якому буде представлена вся потрібна інформація як для потенційних клієнтів, так і для інвесторів чи партнерів. Інформація на сайті має бути завжди актуальною. Також необхідно щоб ваш сайт могли знайти потенційні клієнти, які не знають про існування вашої фірми. Створення, підтримка та просування сайту – справа відповідальна, тому краще довірити цю роботу професіоналам у цій галузі

Інструменти маркетингу	Характеристика
7. Торгове обслуговування	Діяльність продавця при безпосередній взаємодії з покупцем, спрямована на задоволення потреб покупця в процесі придбання товару
8. Дослідження ринку, каналів збуту	Послідовні дії щодо збору інформації про ринки або споживачів, канали збуту
9. Інновації	Реалізація нових або значно покращених маркетингових методів, що охоплюють суттєві зміни у дизайні та упаковці продуктів, використання нових методів продажу та презентації продуктів (послуг), їх представлення та просування на ринки збуту, формування нових цінових стратегій
10. Комунікаційні зв'язки	Включають рекламу, директ-маркетинг, брендинг, PR-діяльність (зв'язки із громадськістю), паблісіті, стимулювання збуту, програми лояльності, спонсорство, особисті продажі, торгові презентації
11. Реклама	Публічне оповіщення фірмою потенційних покупців, споживачів товарів та послуг про їх якість, переваги, переваги, а також про заслуги самої фірми
12. PR-заходи	Продумані, сплановані, постійні зусилля щодо встановлення та зміцнення взаєморозуміння між підприємством та громадськістю
13. Маркетинговий бюджет	Витрати на організацію товарообміну компанії, її інформаційне спілкування з покупцем, а також комплекс заходів щодо стимулювання збуту своєї продукції
14. План маркетингу	Детальний письмовий документ про рекламні кампанії та маркетингові зусилля на майбутній період, його виконання

Перегляд цінової політики підприємства доцільно здійснювати як у бік зменшення норми прибутку, і у бік зниження витрат своєї діяльності, відмовитися від послуг економічно не виправданих посередників.

Щоб підвищити рентабельність продажів і надалі збільшити приплив коштів, необхідно знизити витрати.

У політиці розподілу насамперед необхідно проаналізувати ефективність різних каналів збуту шляхом зіставлення обсягу продажів через кожен канал із витратами на його створення та функціонування.

Результати даного аналізу дадуть змогу намітити комплекс заходів щодо покращення функціонування якихось каналів збуту, відкриття нових каналів та, що не виключено, щодо ліквідації низки існуючих каналів. Одним із результатів такого аналізу може бути відмова від деяких дистриб'юторів.

Реклами має бути більш цілеспрямованою та менш витратною. Не виключено, що уточнення ринкових сегментів, перепозиціонування продуктів може змінити цільову аудиторію, що призведе до перегляду рекламної діяльності в цілому, вибору окремих рекламних засобів [4].

Перегляд методів стимулювання збуту (продажів) передбачає, передусім, переоцінку систем знижок і пільг для покупців, які раніше застосовувалися (купонні продажі, клубні карти, накопичувальні знижки та багато іншого). На основі клієнтської бази даних доцільно використовувати пряму адресну поштову розсилку, що містить стимулюючі пропозиції, Інтернету та інших засобів передачі повідомлень.

Аналіз ефективності реклами у засобах масової інформації демонструє: реклама на телебаченні, радіо, у друкованих виданнях дає дедалі менше віддачі. Під час рекламних роликів телебаченні люди, використовуючи вимушену паузу, переглядають інші канали; поширена тенденція блокування рекламних банерів, що знижує прибуток від використання коштів у віртуальній мережі; складним виявляється прогнозування охоплення цільової аудиторії з використанням реклами на радіо; рекламні блоки у пресі побачать лише зацікавлені, проте кількість суб'єктів, які отримують інформацію з друкованих джерел, дедалі менше. На сьогодні вже понад 30 % усіх читачів газет читають їх виключно в Інтернеті, тобто ніколи не купують друковану версію.

Сьогодні як один з найбільш оптимальних способів скорочення маркетингового бюджету називають проведення тактики

маркетингової діяльності, ґрунтуючись на методах «партизанського» маркетингу. Під останнім розуміється прихована реклама, заснована на використанні нейролінгвістичного програмування та законів людської поведінки. По суті суб'єкта роблять частиною спланованого спектаклю, під час якого намагаються викликати його інтерес до певного товару.

Висновки. Використання цих коштів на конкретному ринку та для конкретних видів товарів дозволяє визначити фактичний маркетинговий потенціал організації та загрози для неї з боку ринку. Для успішного продажу товару необхідно, щоб він з'явився на тому ринку, на якому дійсно потрібен, у потрібній кількості, у потрібний момент часу, щоб споживач був підготовлений до появи даного товару, а маркетингова програма була б кращою, ніж у конкурентів. Усе це залежить від ефективного виконання маркетингових функцій: вивчення ринку, управління розробкою та виробництвом товару, управління збутом та просуванням.

Список використаних джерел

1. Карпенко Н. В. Ефективність маркетингової діяльності підприємств у сучасних умовах підвищеної динамічності та ризикованості підприємництва / Н. В. Карпенко, А. А. Ульяова // Актуальні питання розвитку науки та забезпечення якості освіти у XXI ст. : тези доп. XLIII Міжнар. наук. студ. конф. за підсумками науково-дослідних робіт студентів за 2019 рік (м. Полтава, 07–08 квітня 2020 р.) : 2 ч. – Полтава : ПУЕТ, 2020. – С. 156–158.
2. Карпенко Н. В. Маркетинг лояльности / Н. В. Карпенко, М. Н. Иванникова // Икономиката на България и Европейския Съюз – съвременни предизвикателства и подходи за решения: колективна монография. – София : УНСС, 2015. – С. 431–438.
3. Карпенко Н. В. Методи ефективного позиціонування товарів підприємства / Н. В. Карпенко, М. М. Иванникова // International scientific-practical conference Integration of Business Structures: Strategies and Technologies, February 24, 2017. – Tbilisi, Georgia : Baltija Publishing. – С. 19–23.
4. Карпенко Н. В. Управління маркетингом на торговельному підприємстві / Н. В. Карпенко, Н. І. Яловега // Науковий вісник ПУЕТ. Серія: Економічні науки. – Полтава : ПУЕТ, 2018. – № 1 (86). – С. 62–67.

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ РЕКЛАМНОГО РИНКУ УКРАЇНИ

*Д. І. Муравйов, магістр спеціальності Маркетинг
Н. В. Карпеко, д. е. н., професор – науковий керівник*

Анотація. У статті розглянуто динаміку функціонування структурних елементів рекламного ринку України за 2019–2021 рр. і прогноз на 2022 р. (телевізійна реклама, реклама на радіо, зовнішня реклама, реклама в мережі Інтернет); структуровано його обсяг. Систематизовано позитивні та негативні тенденції розвитку рекламного ринку України. Запропоновано заходи щодо розширення медійного складника українського рекламного ринку і підвищення ефективності діяльності його учасників.

Ключові слова: реклама, рекламний ринок, телевізійна реклама, реклама на радіо, зовнішня реклама, реклама в мережі Інтернет, цифрова зовнішня реклама, засоби масової інформації.

Abstract. The article deals with the dynamics of the structural elements of the media advertising market of Ukraine for 2019–2021 and the forecast for 2022 (television advertising, radio advertising, Out Of Home Media, Digital advertising). The volume of the studied market segment is structured. The positive and negative tendencies of development of the advertising market of Ukraine are systematized. Proposed measures to expand the media component of the Ukrainian advertising market and increase the efficiency of its functionaries.

Key words: advertising, advertising market, television advertising, radio advertising, Out Of Home Media, Digital advertising, digital outdoor advertising, media.

Постановка проблеми. Еволюція ринкових відносин в Україні зумовлює необхідність вітчизняних підприємств самостійно формувати та реалізовувати свою рекламну діяльність. Їхні прагнення до підвищення ефективності рекламної діяльності гальмуються тим, що український споживач упереджено

ставиться до рекламної інформації та не завжди готовий використовувати її для полегшення прийняття рішення про покупку. Найбільш динамічно змінюється медійний складник рекламного ринку України, будучи його «локомотивом». У розвитку медійного складника спостерігаються як негативні, так і позитивні тенденції, які потребують детальнішого аналізу.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Сучасні погляди на розвиток рекламного ринку досліджують у своїх працях Б. В. Гультай [2], А. М. Захаренко-Селезньова [5], М. М. Іваннікова [3], Н. В. Карпенко [2, 3], О. М. Мельникович [4], Н. І. Яловега [5] та інші. Проте, для формування загальної картини розвитку зазначеного сектору економіки, потреби набуває постійний моніторинг основних статистичних показників, що відображають динаміку функціонування структурних елементів рекламного ринку України.

Формулювання мети. Мета написання даної статті – проаналізувати тенденції розвитку медійного складника рекламного ринку України.

Виклад основного матеріалу дослідження. На сучасному етапі розвитку ринкового середовища значущість маркетингової діяльності вітчизняних підприємств важко переоцінити.

Результати дослідження рекламного ринку України за період 2019–2021 рр. показали, що його структура має чітку тенденцію до розвитку. Зокрема, переважає медійний складник.

Питома вага телевізійної реклами за досліджуваний період зросла із 45 % до 52 %, причиною чого стало загострення конкуренції між телеканалами. Хоча негативними чинниками для телеканалів були упереджене сприйняття телереклами та висока вартість одного рекламного звернення. Реклама на радіо становить незначну, але стабільну частку – 3,2 %. У зв'язку з урізноманітненням засобів зовнішньої реклами дещо збільшилася її частка у загальній структурі – на 3,4 %. Перерозподіл у структурі медійних рекламних комунікацій відбувся переважно на користь інтернет-реклами: її питома вага збільшилася у 2,5 рази. Інтернет-реклама розвивається найбільш динамічно завдяки рекламі у соціальних мережах і контекстній рекламі. Перевага-

ми соціальних мереж є наявність цільової аудиторії, оперативність управління рекламою, економність, зворотний зв'язок. Водночас можна спостерігати помітне скорочення частки реклами у пресі – у 3,5 рази.

За 2021 р. загальний обсяг реклами в Україні становив 17 520 млн грн, що на чверть більше, ніж за 2020 р. Позитивною динамікою характеризуються усі складники медійного рекламного ринку. Протягом четвертого кварталу 2021 р. обсяги прямої телереклами зросли, скоротилася активність алкогольних брендів щодо спонсорства. За даними Marketing Media Review, зростання телеактивності у 2020–2021 рр. відбулося за рахунок рекламодавців таких категорій: «косметика» (+122 %), «гігієна» (+32 %), «розваги» (+20 %) та ін. Скорочення активності відбулося за категоріями «безалкогольні напої» (–13 %), «торгівля» (–6 %).

За досліджуваній період поступово зростає інтерес до регіональної преси з боку національних рекламодавців, зокрема фармацевтичного сектору і фінансового. Спеціалізована преса все більше цікавить виробників лікарських засобів і АПК; реклама у спеціалізованій пресі набуде розвитку в 2022 р. в автомобільному та банківському секторах. Загалом друковані видання ще залишаються важливим складником маркетингових комунікацій, хоча їхня питома вага в них скорочується.

Реклама на радіо тривалий час залишається популярною серед рекламодавців. На цій платформі найбільш активно рекламують фармацевтичну продукцію та продукти харчування, автозаправні комплекси. У зв'язку з новими технологічними можливостями та більшим використанням транспортних засобів прогнозується на 2022 р. стрімке зростання обсягів реклами на радіо – у 1,5 рази.

Зовнішня реклама (Out Of Home Media – ООН Media) складається з реклами на носіях, розміщених уздовж вулиць чи міжміських доріг, оформлення вітрин і назв різноманітних закладів. Реклама на транспорті охоплює міський та міжміський його види. Indoor (внутрішня) реклама розміщена в місцях торгівлі та на виставках: секційні виставкові стенди, реклама в

торгових місцях, рекламні стояки, панелі-трансформери. Питома вага ООН Media за 2019–2021 рр. скоротилася на 0,6 % у зв'язку з необхідністю оновлення рекламного інвентарю та новими вимогами до зовнішнього вигляду і розмірів зовнішніх рекламних носіїв. Міста України поступово будуть позбавлятися вуличної реклами, яка не гармонує з архітектурою, водночас з'являтимуться нові технічні засоби рекламного інформування, які наблизять зовнішній вигляд міст до європейського.

Усе активніше в Україні використовується реклама на транспортних засобах. За 2019–2021 рр. обсяг її розміщення зріс на третину. Причиною є низка переваг транзитної реклами: підвищена увага потенційних споживачів; мобільність та охоплення широкої аудиторії; частота контактів; відносна економність одного контакту; рекламна площа; незалежність від погоди; незалежність від часу; тривалість використання; скорочення конкуренції.

Цифрова зовнішня реклама (DOOH) в Україні все більше набуває популярності за такими видами: Digital Outdoor (екрани, медіафасади та цифрові панелі), Digital Indoor (цифрові монітори і постери в ТРЦ, ритейлі, ресторанах, сфері послуг, житлових комплексах), Digital Transit (цифрові монітори, проектори і постери в маршрутних таксі, метро, аеропортах, вокзалах, потягах, таксі). Прогнозують, що в 2022 р. використання Digital ООН зросте на 94 %.

За 2019–2021 рр. обсяг доходів від банерної реклами, оголошень у соціальних мережах, rich-медіа зріс на 15 %; цифрового відео, включаючи Youtube – на 91 %; загалом Інтернет-медіа зріс на 17 %. Пошук (платна видача в пошукових системах) за обсягом зріс на 261 %. Інтернет-ринок у цілому за 2019–2022 рр. розширився на 120 %.

На тлі все більшого інтересу рекламодавців до професійного рекламного продукту в Україні значна частина рекламних компаній залишається іноземними. Вітчизняні рекламні агенції змагаються у конкурентній боротьбі з ними за споживача своїх послуг. За висновком Київського міжнародного фестивалю реклами найкреативнішими є такі: Tough Slate Design, PlusOne,

Canape Agency, Agama Digital Group, Kinograf, Geometry Global Ukraine, R Agency.

Підсумовуючи, зазначимо, що позитивними тенденціями розвитку рекламного ринку за висвітлений період є наступні:

- використання вітчизняними рекламними агенціями закордонного досвіду та технологій для поліпшення якості рекламних продуктів;
- власники рекламних майданчиків частіше використовують програми лояльності, роблячи знижки;
- персоналіфікація рекламних комунікацій завдяки CRM-системам;
- частина друкованих ЗМІ доступні у мережі Інтернет;
- використання нових технологій: цифрових, віртуальних, таргетованих;
- зовнішня реклама зі статичної перетворюється на динамічну;
- реклама тяжіє до соціальної відповідальності;
- стрімкий розвиток мобільної реклами.

Висновки. Реклама є безпрограшним засобом продажу товарів і засобом впливу на аудиторію. Проаналізувавши показники медійного складника рекламного ринку України, можна зробити висновки про: розширення медіасегментів – Digital та цифрової зовнішньої реклами; посилення ролі загальнонаціональної реклами; використання західними рекламодавцями вітчизняного медіапростору; формування медіапростору, що є більш наближеним під наміри та вподобання кінцевого споживача.

Список використаних джерел

1. Всеукраїнська рекламна коаліція [Електронний ресурс] : [офіц. веб-сайт]. – [б. м.], 2021. – URL: <http://www.adcoalition.org.ua>. – Назва з екрана.
2. Карпенко Н. В. Роль рекламних посередників у розвитку регіонального ринку [Електронний ресурс] / Н. В. Карпенко, А. М. Захаренко-Селезньова // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки». – 2016. – № 4 (76). – С. 21–27. – URL: <http://journal.puet.edu.ua/index.php/nven/article/view/1340>. – Назва з екрана.

3. Karpenko N. V. Digital marketing technologies for small and medium enterprises [Електронний ресурс] / N. V. Karpenko, M. M. Ivannikova // Економічний вісник НТУУ «КПІ». – Київ, 2021. – № 18. – URL: <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/233926>. – Назва з екрана.
4. Мельникович О. М. Рекламний бізнес: менеджмент маркетингу : [монографія] / О. М. Мельникович. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. – 358 с.
5. Застосування маркетингових комунікативних технологій під час кодування інформації [Електронний ресурс] / Яловега Н. І., Захаренко-Селезньова А. М. // Науковий вісник ПУЕТ (Економічні науки). – 2020. – № 2 (98). – С. 78–80. – URL: <http://journal.puet.edu.ua/index.php/nven/article/viewFile/1654/1488>. – Назва з екрана.

УДК 339.138:004.04

СУЧАСНІ ІНСТРУМЕНТИ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ

Я. В. Полєва, *магістр спеціальності Маркетинг*

М. М. Іваннікова, *к. е. н., доцент – науковий керівник*

Анотація. У статті розглянуто, що сучасний маркетинг буде ефективнішим, якщо у роботі спеціальні технології та інструменти, дозволяють значно збільшити результат маркетингових дій. Цифрові технології, що розвиваються, пропонують прості рішення для здійснення професійних функцій, які ще недавно були досить витратними за часом і ресурсами. Ручний спосіб збирання інформації в умовах глобалізації інформаційного простору часто не є ефективним. У цьому контексті опис сутності, принципів роботи, видів застосовуваних у маркетинговій діяльності методів, що дозволяють автоматизувати збір інформації про споживачів за заданими критеріями, є досить актуальним.

Ключові слова: цифровий маркетинг, інструменти цифрового маркетингу, маркетингові технології, інноваційний маркетинг.

Постановка проблеми. Розвиток цифрових технологій визначає стрімку зміну сучасного світу, причому швидкість цих змін експонентно збільшується. Повсякденне життя людини інтенсивно «цифровізується». І ця тенденція «цифровізації» споживача, його перехід на онлайн пошук інформації, електронні

платежі, електронні документи та інші віртуальні послуги «підривають» звичні бізнес-моделі підприємств, часто змінюючи їх [2]. Маркетинг став одним із перших напрямків, що потрапили під вплив цифрової трансформації. У 2010 році Ф. Котлер узагальнив концепцію Маркетингу 3.0, фокусом якої стали цінності людини після традиційної орієнтації маркетингової діяльності на потреби клієнта (Маркетинг 2.0) і початкового маркетингу, орієнтованого на продукт (Маркетинг 1.0) [3, 5]. Нова концепція – Маркетинг 4.0, також називається «маркетингової революцією» [3, 4] чи концептуальний перехід до маркетингу «наступного покоління», у якому традиційні маркетингові стратегії більше діють, якщо де вони перетворені на цифрові інструменти та процедури.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Принципи цього переходу активно обговорюються в сучасних публікаціях різних наукових та практичних видань, дослідники та фахівці прагнуть узагальнити характер змін, що відбуваються. Провідним трендом змін виділяють породжені можливостями цифрового простору прагнення бізнесів та організацій до застосування споживчого досвіду для створення кращої ціннісної пропозиції для споживачів із розвиненими емоційними потребами та які прагнуть співпраці та співтворчості [3, 5].

Формулювання мети. Аналіз реальних практик впровадження цифрових рішень у бізнес-процеси підприємств показує, що, орієнтуючись на споживчі рішення, одними з перших опанували нові інструменти роботи в цифрових умовах саме служби маркетингу. Нові канали просування, нова аудиторія зі своїми специфічними звичками, нові вимоги до організації маркетингових активностей – це вже інша технологічно-орієнтована реальність, у якій працює сучасний бізнес різних масштабів та сфер діяльності [1, 4].

Опитування фахівців-маркетологів, які вже сформували стійкі компетенції роботи просування бізнесів в онлайн-середовищі, показало, що, незважаючи на стрімкий перехід бізнесів в Інтернет, це «надринковий» простір – класичні основи та архітектура маркетингу зберігаються.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасний ринок маркетингових технологій та інструментів (MarTech) величезний, складний, динамічний і важко піддається структуризації. Саме тому менеджерам з маркетингу та його команд вибір ефективних сучасних маркетингових технологій і створення маркетингового стека, з одного боку, є лякаючою перспективою, з другого пропонує численні переваги [5]. Підхід «голова в піску» (уникайте прийняття рішень доти, поки це стане абсолютною необхідним) [2], який демонструють компанії щодо сучасних маркетингових технологій, більше перестав бути життєздатним.

В даний час компетенції освоєння маркетингових технологій розглядаються як портфель інвестицій, можливості їх реалізації – як стратегічна можливість та актив [3, 5]. У будь-якому випадку це далеко не просто набір тактичних інструментів або ІТ-програм.

Навіть найзагальніша класифікація сучасних сервісів для реалізації маркетингових технологій пропонує рішення в широкому спектрі різних напрямів реалізації функцій маркетингу (табл. 1).

Таблиця 1 – Основні групи цифрових сервісів маркетингових функцій

Маркетингові технології/сервіси	Функціональне призначення	Сфера застосування
Advertising & Promotion	Mobile Marketing	Способи взаємодії із цільовою аудиторією через мобільні пристрої
	Display & Programmatic Advertising	Спосіб закупівлі рекламної таргетованої на великій кількості сайтів
	Search & Social Advertising	Реклама, спрямовану вирішення соціально-суспільних проблем та привернення уваги суспільства до них
	Native/Content Advertising	Контент, що містить корисну інформацію на тему, пов'язану з продуктом, що промонується

Маркетингові технології/сервіси	Функціональне призначення	Сфера застосування
Advertising & Promotion	Video Advertising	Форма реклами, що розміщується в мережі інтернет, спрямована на просування товарів та послуг, надання інформації з метою підвищення продажів
	Print	Друкована реклама
	PR	Сукупність технологій, що мають на меті створення позитивного образу компанії, продукції
Content & Experience	Mobile Apps	Програмне забезпечення призначене для роботи на смартфонах, планшетах та інших мобільних пристроях
	Video Marketing	Спосіб комунікації з цільовою аудиторією у вигляді відеоконтенту
	Interactive Content	Контент, спеціально призначений для взаємодії з користувачем
	Email Marketing	Розсилка електронних листів за певною базою адрес
	Content Marketing	Залучення користувачів за допомогою унікального контенту
	Optimization, Personalization & Testing	Оптимізація, персоналізація та тестування
	DAM & MRM	Управління маркетинговими ресурсами
	SEO	Оптимізація сайту з позиції пошукової видачі з урахуванням різних запитів
	Marketing Automation & Campaign/Lead Management	Сукупність усіх методик, стратегій, інструментів та практик, що використовуються для залучення нових потенційних клієнтів

Маркетингові технології/сервіси	Функціональне призначення	Сфера застосування
Content & Experience	CMS & Web Experience Management	Залучає нових клієнтів, забезпечуючи фахівців з бізнесу та маркетингу рішенням для створення насиченого контенту, управління ним та розповсюдження його через Інтернет
Social & Relationships	Call Analytics & Management	Аналітика дзвінків
	Events, Meetings & Webinars	Події та заходи, вебінари
	Social Media Marketing & Monitoring	Інструмент діалогу соціальної групи та предмета маркетингу компанії
	ABM	Технологія закликає адаптувати повідомлення до конкретних людей чи аудиторії
	Advocacy, Loyalty & Referrals	Пропаганда, лояльність та реферальний маркетинг
	Feedback & Chat	Зворотній зв'язок, який допомагає компанії отримати інформацію про задоволеність клієнта
	Influencers	Форма маркетингу в соціальних мережах, що включає рекомендації та продакт-плейсмент з боку лідерів думок
	Community & Reviews	Ком'юніті образ.
	CRM	Система управління взаємовідносинами із клієнтами
Commerce & Sales	Retail & Proximity Marketing	Можливість впливати на цільову аудиторію у той час, коли потенційні споживачі перебувають у безпосередній близькості від точки продажу
	Channel, Partner & Local Marketing	Інструменти інтернет-маркетингу, методи просування бізнесу у мережі

Продовж. табл. 1

Маркетингові технології/сервіси	Функціональне призначення	Сфера застосування
Commerce & Sales	Affiliate Marketing & Management	Процес, за допомогою якого партнер отримує комісію за рекламу (маркетинг) продуктів іншої людини чи компанії
	Ecommerce Marketing	Підприємницька діяльність, пов'язана з просуванням, продажем послуг чи товарів через Інтернет
	Ecommerce Platforms & Carts	Платформи для електронної комерції
Data (определение данных)	Audience/Market Data & Data Enhancement	Інструменти маркетингу аудиторії та інструменти покращення даних
	Marketing Analytics, Performance & Attribution	Інструменти маркетингової аналітики та атрибуції ефективності
	Mobile & Web Analytics	Мобільна аналітика вивчає поведінку та збирає дані від відвідувачів мобільних додатків, веб-сайтів та веб-додатків
	Dashboards & Data Visualization	Подання даних у вигляді, що забезпечує найбільш ефективну роботу людини щодо їх вивчення
	Business/Customer Intelligence & Data Science	Технології, призначені для виробництва даних як продукту
	iPaaS, Cloud/Data Integration & Tag Management	Технологія надання доступу до платформи для суміщення різних додатків
	DMP	Програмне забезпечення, яке дозволяє збирати, обробляти та зберігати будь-які типи аудиторних даних
	Predictive Analytics	Методи аналізу даних, що концентруються на прогнозуванні майбутньої поведінки об'єктів та суб'єктів з метою прийняття рішень

Маркетингові технології/сервіси	Функціональне призначення	Сфера застосування
Data (определение данных)	Customer Data Platforms	Система зберігання даних про користувачів
Management	Talent Management	Інструменти управління персоналом, які залучають, утримують співробітників, які роблять істотний внесок у розвиток організації
	Product Mgmt	Управління інформацією про продукт
	Budgeting & Finance	Бюджетування та фінанси
	Collaboration	Процес спільної діяльності двох і більше організацій задля досягнення спільних цілей
	Projects & Workflow	Інструменти графічного представлення потоку задач
	Agile & Lean Mgmt	Гнучка методологія розробки
	Vendor Analysis	Інструменти аналізу та управління постачальниками

Використання цифрових ресурсів, автоматизація бізнес-процесів дають можливості формування нової ціннісної позиції при співпраці та співтворчості споживача на основі співорганізації різних бізнесів і стають рушійною силою бізнесу. Великі компанії виділяють більшу частку своїх маркетингових бюджетів на технологічні інвестиції, використання яких обіцяє зробити їхні команди більш продуктивними, а бізнес-моделі успішними [2].

Висновки. У сучасних умовах, у будь-якій галузі, конкурентоспроможними залишатимуться ті суб'єкти господарювання, які можуть використовувати перспективні технології на ранніх етапах розвитку бізнесу та його проектів, ефективно інтегрувати їх у свою діяльність. Сучасний бізнес під час роботи з цільовою аудиторією активно використовує цей інструмент.

Список використаних джерел

1. Вайл П. Цифровая трансформация бизнеса: изменение бизнес-модели для организации нового поколения : пер. с англ. / П. Вайл, С. Ворнер. – Москва : Альпина Паблишер, 2019. – 257 с.
2. Карпенко Н. В. The influence of the consumer's type – physical or digital – on their behavioral characteristics / N. V. Karpenko, M. M. Ivannikova // Економічний вісник ДВНЗ УДХТУ. – 2020. – № 2(20). – С. 113–118.
3. Маркетинг 4.0 разворот от традиционного к цифровому: технологии продвижения в интернете / Филип Котлер, Хермаван Картаджайа, Айвен Сетиаван ; пер. с англ. М. Хорошиловой. – Москва : Эксмо, 2019. – 224 с.
4. Карпенко Н. В. Нейромаркетинг для малого бізнесу / Н. В. Карпенко, М. М. Іваннікова // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. – 2020. – № 2 (98). – С. 65–74.
5. Моazed А. Платформа: Практическое применение революционной бизнес-модели : пер. с англ. / А. Моazed, Н. Джонсон. – Москва : Альпина Паблишер, 2019. – 288 с.

Наукове видання

ЗБІРНИК НАУКОВИХ СТАТЕЙ МАГІСТРІВ

Частина 2

Головна редакторка ***М. П. Гречук***
Комп'ютерне верстання ***О. С. Корніліч***

Формат 60×84/16. Ум. друк. арк. 18.
Тираж 100 пр. Зам. № 210/1968.

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.